

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA:

COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**PROPUESTA DE REDISEÑO PARA EL PROGRAMA RADIAL JUVENIL
MISIÓN REVOLUCIÓN DE LA HCJB**

AUTORA:

KEREN JEMIMA DÁVILA SUÁREZ

DIRECTOR:

GRIJALVA BRITO EDMUNDO ARMANDO

Quito, abril de 2015

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaro que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor.

Quito, abril de 2015

Keren Jemima Dávila Suárez
C.I.: 1723440960

DEDICATORIA

A Dios, quien da significado a mi estilo de vida diaria.

A mis abuelos maternos por el cuidado, enseñanza y contante corrección.

A mis padres por la paciencia, corrección y apoyo a lo largo de mi formación académica.

A mis hermanos por su ayuda en el proceso de aprendizaje y práctica de conocimientos.

A mis abuelos paternos por el apoyo y motivación constante. Y a personas que han aportado en mi formación.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Politécnica Salesiana, en especial la Carrera de Comunicación Social por ser el lugar de mi crecimiento académico, espiritual y personal.

A mi tutor Armando Grijalva Brito por su paciencia, apoyo y motivación a la culminación del presente trabajo.

A mis profesores por la guía y tutela recibida a lo largo de la carrera.

A los distintos autores y colaboradores de textos, artículos, libros, sitios web, de los que se pudo nutrir el siguiente trabajo.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	3
LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA COMO ESPACIO DE DESARROLLO SOCIAL	3
1.1. Concepciones de la comunicación según Escuelas de Birmingham y Latinoamericana	3
1.1.1. Escuela de Birmingham	3
1.1.2. Escuela Latinoamericana de Comunicación	4
1.2. La radio en el proceso de comunicación	6
1.2.1. Lenguaje radiofónico	11
1.2.2. El discurso radiofónico	13
1.3. La estructuración del programa radiofónico.....	14
1.3.1. Elementos internos del programa radiofónico	14
1.3.2. Estructura y guión para un programa radiofónico	15
1.3.3. El tiempo en el programa radiofónico	16
1.3.4. El lenguaje para radio	17
1.3.5. Formatos para programas radiofónicos.....	19
1.3.6. Tipos de programas radiofónicos.....	20
1.3.7. Connotación en radio	21
1.4. Definición de características externas para radio	22
1.5. Elementos externos: usuarios o radioescuchas.....	23
1.6. La radio y la transmedia	24
1.6.1. Radio convencional y plataformas de internet.....	25
1.6.2. La radio y los espacios multitasking.....	28
1.6.3. La multimedia	29
CAPÍTULO 2	32
ESTUDIO DEL PROGRAMA RADIOFÓNICO MISIÓN REVOLUCIÓN. SISTEMATIZACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA.....	32
2.1. Marco referencial de elementos, formatos y programación de Misión Revolución.....	32

2.1.1.	Ficha técnica del programa radiofónico Misión Revolución.....	32
2.1.2.	Guión técnico del programa radiofónico Misión Revolución	33
2.2.	Ubicación del universo y muestra	35
2.3.	Planificación y estructura de estudio de programación.....	39
2.3.1.	Descripción de estructura de estudio de programación	39
2.4.	Descripción de la metodología de análisis y sistematización.....	40
2.4.1.	Recopilación de quince ediciones.....	40
2.4.2.	Monitoreo de ediciones.....	40
2.4.3.	Escala o guión técnico registrado	41
2.4.4.	Identificación de secciones, formatos y elementos del lenguaje	41
2.4.5.	Estructura según lo planteado y lo realizado	41
2.4.6.	Características del mensaje.....	42
2.5.	Descripción de estudio de percepción social.....	42
2.6.	Toma e ingreso de datos y resultados.....	43
CAPÍTULO 3		44
SISTEMATIZACIÓN Y VALORACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA DE RESULTADOS OBTENIDOS		44
3.1.	Datos de encuesta aplicada en muestra planteada	44
3.1.1.	Demográfico	44
3.1.2.	Geográfico	46
3.1.3.	Psicológico - conductual.....	47
3.2.	Audiencia, alcance y cobertura.....	49
3.3.	Características de programación: comparación de sintonía según el horario....	52
3.3.1.	Datos obtenidos.....	52
3.3.2.	Comparación con programas en el mismo horario	54
3.4.	Análisis de formato, tipo de programa, contenido y tipo de audiencia	56
3.4.1.	Características de formato, tipo de programa según el análisis. Matriz de programación.....	56
3.5.	Características de programación y contenido según la sistematización de encuestas.....	60
3.5.1.	Análisis de resultados según las encuestas	60

3.5.2. Matriz de comparación de características, según la Ley Orgánica de Comunicación.....	62
3.6. Sistematización de la estructura del programa	63
3.6.1. Guión técnico del programa: escaleta con segmentos y tiempo.	64
3.6.2. Lenguaje radiofónico utilizado y decodificado por el receptor.	69
3.6.3. La palabra	70
3.6.4. La música.....	72
3.6.5. Efectos o sonidos	73
3.6.6. Pausas o silencios.....	73
3.7. Connotación utilizada en emisiones analizadas	73
3.8. Funciones y características del discurso radiofónico del programa Misión Revolución.....	74
CAPÍTULO 4.....	76
PROPUESTA DE REDISEÑO DEL PROGRAMA RADIOFÓNICO JUVENIL	
MISIÓN REVOLUCIÓN.....	76
4.1. Valoración de elementos técnicos y discurso del programa radiofónico juvenil Misión Revolución	76
4.1.1. Valoración de ficha técnica del programa	76
4.1.2. Elementos del discurso y aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación ..	78
4.2.1. Contenido del programa radiofónico: segmento, formato y estructura	83
4.2.2. Lenguaje radiofónico: elementos y estructura	86
4.2.3. Escaleta del programa: tipo de guión y estructura.....	88
4.3. Propuesta de comunicación organizacional para el programa radiofónico juvenil Misión Revolución	93
4.4. Valoración y aplicación de la propuesta de rediseño del esquema del programa radiofónico juvenil Misión Revolución.....	95
CONCLUSIONES	97
LISTA DE REFERENCIAS	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ficha técnica del programa radiofónico Misión Revolución	33
Tabla 2. Escaleta inicial del programa radiofónico Misión Revolución	34
Tabla 3. Promedio de personas que interactúan con el programa radiofónico	36
Tabla 4. Promedio de personas que interactúan, muestra semanal.	37
Tabla 5. Explicación del promedio de edad	46
Tabla 6. Promedio de audiencia geográfica	47
Tabla 7. Tipo de receptor de sintonía del programa radiofónico Misión Revolución	50
Tabla 8. Audiencia en el programa radiofónico Misión Revolución según horario	52
Tabla 9. Promedio de sintonía de radio según el horario diario.....	53
Tabla 10. Análisis de monitoreo del programa radiofónico Misión Revolución. Edición 1.....	57
Tabla 11. Análisis de monitoreo del programa radiofónico Misión Revolución. Edición 2.....	58
Tabla 12. Análisis de monitoreo del programa radiofónico Misión Revolución. Edición 3	59
Tabla 13. Promedio de interés al tipo de programa radiofónico	61
Tabla 14. Matriz de características del programa radiofónico Misión Revolución	63
Tabla 15. Escaleta del programa radiofónico Misión Revolución. Edición 3.	65
Tabla 16. Escaleta del programa radiofónico Misión Revolución. Edición 6.	66
Tabla 17. Escaleta del programa radiofónico Misión Revolución. Edición 11.	68
Tabla 18. Tiempo utilizado en segmentos del programa radiofónico Misión Revolución.	70
Tabla 19. Promedio de reconocimiento según información y entretenimiento.	71
Tabla 20. Connotación y denotación según el programa radiofónico.....	73
Tabla 21. Matriz de dimensión narrativa del programa radiofónico Misión Revolución.	75
Tabla 22. Propuesta de ficha técnica para el programa radiofónico Misión Revolución	77
Tabla 23. Propuesta de segmentos según tiempo de producción	83

Tabla 24. Propuesta de guión listado para el programa radiofónico Misión Revolución.
Parte 1.....89

Tabla 25. Propuesta de guión listado para el programa radiofónico Misión Revolución.
Parte 2.....90

Tabla 26. Propuesta de guión listado para el programa radiofónico Misión Revolución.
Parte 3.....91

Tabla 27. Propuesta de escaleta para programa radiofónico Misión Revolución.92

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Nivel de audiencia según el género dentro de la encuesta aplicada.	45
Figura 2. Promedio de edad según la audiencia en radio.	45
Figura 3. El promedio de audiencia según la frecuencia con la que se utiliza radio.	48
Figura 4. Los niveles de audiencia según la participación en el programa radiofónico Misión Revolución y las razones por las que no sucede la actividad de retro- alimentación.	48
Figura 5. Tipo de participación por la audiencia útil basada en el interés a segmentos específicos.	49
Figura 6. Porcentaje alto en respuestas según la variante de frecuencia, on-line y celular.	50
Figura 7. Promedio de frecuencia de recepción en audiencia útil.....	51
Figura 8. Alcance de denotación dentro de audiencia útil.	51
Figura 9. Horario de recepción de la señal radiofónica.	53
Figura 10. Tiempo de captación activa del oyente a la señal radiofónica.....	54
Figura 11. Nivel de receptores según audiencia útil.	55
Figura 12. Promedio de interés por contenido.	61
Figura 13. Promedio de interés de segmentos del programa radiofónico Misión Revolución.	62
Figura 14. Porcentaje del tipo de reconocimiento del programa Misión Revolución.....	70
Figura 15. Interés de la audiencia ante el nivel de locución dentro del programa Misión Revolución.	71
Figura 16. Porcentaje del tipo de música que posee interés por la audiencia útil encuestada.	72

ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1. Fórmula para cálculo de muestra.	37
Ecuación 2. Cálculo de nivel de confianza según porcentaje.	38
Ecuación 3. Cálculo de muestra para investigación.....	38

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Modelo de encuesta	104
Anexo 2. CD con audio para monitoreo mes de agosto. Ejemplar.	109

RESUMEN

La comunicación es un proceso donde la codificación del mensaje depende del contexto en que se desarrolla y la decodificación se comprueba en la obtención de respuestas expresadas como retroalimentación de la información recibida. La radio como medio de comunicación tradicional se estudia desde la perspectiva de la Escuela de Birmingham, con la crítica estructural del contexto como procesador de información y la mirada de la Escuela Latinoamericana, con el uso de elementos radiofónicos para fomentar el desarrollo de la realidad social, que provoque un cambio significativo en el discurso y práctica comunitaria.

El planteamiento de la metodología de estudio, plan de análisis y sistematización de resultados, permite obtener información sustentada dentro del esquema radiofónico. El análisis posee dos ejes. Primero, ubicación de elementos radiofónicos estructurales. Segundo, obtención de información contextual de la audiencia que influye en el proceso radiofónico. Se define las características técnicas del programa radiofónico juvenil Misión Revolución, descripción comunicativa estructural y objetivos con que se creó.

El proceso de sistematización de resultados permite la categorización enfocada al desarrollo de la valoración cualitativa y cuantitativa, de la programación radiofónica de Misión Revolución. En base a la comparación teórica, de monitoreo de producción y encuestas digitales aplicadas a la muestra obtenida de la interacción en el Facebook del programa radiofónico.

Finalmente, la propuesta de rediseño se plantea desde la valoración teórica, definición inicial del programa, elementos del lenguaje y estructuras como guiones de listado y técnicos. Se incluyen lineamientos de comunicación organizacional para colaborar con el posicionamiento del programa radiofónico juvenil Misión Revolución y su expansión ideológica.

ABSTRACT

Communication is a process where the encoding of the message depends on the context in which it develops and decoding is checked in obtaining answers given as feedback information received. The radio as a traditional communication medium is studied from the perspective of the Birmingham School, with the structured context critics as a processor of information and the view onto the Latin-American School, with the use of radio elements to promote the development of the social reality, which provokes a significant change in the common discourse and practice.

The approach of the study methodology, analysis plan and systematization of results provides information supported within the radio scheme. The analysis has two axes. First, position of structural radio elements. Second, obtaining contextual information of the audience that influences the radio process. The technical characteristics of the youth radio program “Mission Revolution”, structural description and communicative goals that were created are defined.

The systematization process allows the categorization of results focused on the development of qualitative and quantitative assessment of the radio program “Mission Revolution”. This is based on the theoretical comparison, production monitoring and digital surveys of the sample obtained from the interaction on the Facebook page of the radio program.

Finally, the proposed redesign arises from the theoretical evaluation, initial program definition, language elements and structures like listed and technical scripts. Organizational communication guidelines are provided to assist with the positioning of the youth radio program “Mission Revolution” and its ideological expansion.

INTRODUCCIÓN

El programa radial juvenil Misión Revolución forma parte de la estructura de la radio HCJB, emitido los días sábados de 15h00 a 18h00, con una permanencia de 15 años aproximadamente. Está dirigido a jóvenes de edades entre 15 y 30 años.

El objetivo principal del programa radiofónico es brindar valores y herramientas para tomar decisiones en la vida diaria de cada joven, impartiendo una guía a nivel personal y con su entorno. Otra función del programa, es brindar apoyo a bandas musicales nacionales, fundaciones de ayuda social, espacios de esparcimiento juvenil, consejería juvenil, inclusión social (cada programa es de entrada libre al público), participación on-line (redes sociales) y manejo de página web www.misionrevolucion.com.

El programa radial juvenil Misión Revolución no posee conocimiento de la efectividad que presenta el uso de elementos técnicos, lenguaje radiofónico y estrategias de comunicación. Esa incertidumbre le impide saber si los temas tratados responden o no a la problemática juvenil de su público objetivo. La causa es su último estudio realizado en el año 2009, aproximadamente, donde se plantearon características y nuevos elementos, según el contexto de esa época. Las causas del problema según el diagnóstico realizado mantienen como indicadores el desconocimiento de si los contenidos utilizados tienen influencia en la audiencia. La ausencia de indicadores de efectividad. Y una retroalimentación limitada.

El diagnóstico expone valores tomados de la actividad en redes sociales y datos de la emisora. Según las estadísticas emitidas por el uso de la web, el 18 de enero de 2014, se alcanzó un total de 857 personas, de las cuales el interés solo represento el 7% (Red Social, 2014). Entendiendo que al mes se emiten en promedio 4 temáticas distintas, mismas que se acompañan por entrevistas, publicidad y música. Esta es considerada a lo largo de la semana en el rango de 197 personas. De acuerdo al impacto, el género masculino de 18 a 24 años de edad, posee el 20% de interés, seguido por el rango de 25 a 34 años con un 19% y en el caso femenino, de 18 a 24 años con el 23% de interés,

seguido por el rango de edad entre 25 a 34 años con un 17%, (Red Social, 2014). Pero según la interactividad presentada, hombres de 18 a 24 años presentan un promedio del 18%. En el mismo género con edades entre 25 a 34 años, varía al 16%. En el caso de las mujeres entre 18 a 24 años, poseen un promedio del 29%. En igual género entre la edad de 25 a 34 años, un variante del 17% (Red Social, 2014).

Determinando que el impacto y la interactividad de la audiencia del programa radiofónico está entre 18 a 24 años de edad. Según las estadísticas entregadas por la radio, se expone que la programación de la emisora se dirige a la audiencia entre 18 a 39 años de edad (Rating MP, 2014). Por lo que, el enfoque de rediseño es sobre la estructura interna del programa en base a los intereses que plantea la audiencia expuesta.

La propuesta de rediseño del programa radiofónico juvenil Misión Revolución plantea elementos del lenguaje, contenido y estrategias de comunicación que colaboren con la recepción del mensaje hacia el tipo de audiencia propuesta. De aquí nace la interrogante de ¿por qué el esquema usado en el programa radiofónico juvenil Misión Revolución presenta fallas para responder a sus intereses?, la cual se responderá a lo largo del trabajo en tres tiempos. Primero, estableciendo un marco teórico, que exponga la base y lineamientos sobre los que se estudiará la comunicación radiofónica. Segundo, observando, sistematizando y analizando la estructura del programa radiofónico para identificar elementos y compararlos con los intereses de audiencia. Finalmente, la formulación de la propuesta de rediseño valorada sobre los resultados de estudio realizados, estableciendo la eficiencia y permanencia de lo planteado dentro del programa radiofónico juvenil Misión Revolución. Presentado en una estructura de contenido y escaleta, mediante la sistematización del esquema actual, logrado mediante el uso de matrices planteadas desde el marco teórico y elementos entregados por parte del productor del programa radiofónico juvenil Misión Revolución.

CAPÍTULO 1

LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA COMO ESPACIO DE DESARROLLO SOCIAL

1.1. Concepciones de la comunicación según Escuelas de Birmingham y Latinoamericana

La comunicación es un proceso donde interfieren varios factores y elementos. Para el desarrollo del actual trabajo se toma en cuenta la importancia de la radio como medio, los contextos desde la mirada de la Escuela de Birmingham y la influencia socio-política y cultural dada por la actividad de la radio, hacia el desarrollo de la realidad social, desde la mirada de la Escuela Latinoamericana.

Ambas escuelas poseen contrapuntos en definiciones como ruido, codificación y decodificación, uso del mensaje, entre otros. Dentro del desarrollo se explica los postulados y conceptos útiles en el presente trabajo.

1.1.1. Escuela de Birmingham

La comunicación entendida como un proceso de intercambio de códigos dentro de un espacio determinado, bajo las exigencias de diversos medios e influida por un proceso cultural y económico, es un concepto basado en los planteamientos de la Escuela de Birmingham. Según lo expuesto por la Universidad Católica Argentina, (2007), se plantea que: “La Escuela de Birmingham aspira a comprender y explicar la articulación entre clase social y práctica cultural con una mirada que trasciende lo socioeconómico” (Universidad Católica Argentina - UCA, 2007, pág. 1). Se explica la importancia de entender el contexto social como principal factor del proceso de comunicación, dentro del cual los medios podrán emitir un mensaje acorde al desarrollo cultural del público objetivo, además de estudiar la influencia ejercida por mensajes emitidos dentro de un grupo social.

El interés de los fundadores de la Escuela de Birmingham como Hoggart, Stuart Hall, Edward Thompson y Williams Raymond, se centra:

(...) sobre todo en analizar una forma específica de proceso social, correspondiente a la atribución de sentido a la realidad, al desarrollo de una cultura, de prácticas sociales compartidas, de un área común de significados" (Wolf, Mauro). (...) Ponen de manifiesto la continua dialéctica entre sistema cultural, conflicto y control social: "la cultura no es una práctica, ni es simplemente la descripción de la suma de los hábitos y costumbres de una sociedad. Pasa a través de todas las prácticas sociales y es la suma de sus interrelaciones" (HALL, 1980). (Universidad Católica Argentina - UCA, 2007, págs. 1-3)

Dentro de los planteamientos se explica que la sociedad al actuar como decodificador del mensaje es un negociador del mismo, al momento de adaptarlo o confrontarlo, según las experiencias vividas, o cultura.

1.1.2. Escuela Latinoamericana de Comunicación

La comunicación, en la Escuela Latinoamericana, aplicada en medios es una atmósfera favorable para el cambio, dando paso a la comunicación alternativa como un espacio de desarrollo democrático. La mirada se fundamenta en la necesidad de cumplir con el pensamiento andino, el respeto a lo equitativo y en contra del desarrollo industrial y económico que se plantea en el norte. Luis Ramiro Beltrán, 1982 (citado por Raúl Fuentes Navarro) propone tres planos:

(...) el de la historia del campo, en que sugiero re lecturas y reescrituras que orienten la renovación de las utopías fundantes; el plano propiamente científico, (...) la pertinencia de una metodología comunicacional como eje para articular la teoría y la práctica de la investigación en búsqueda de una mayor consistencia

epistemológica y una mayor pertinencia ética; y por último, en el plano de la construcción comunitaria del futuro, (...) las tendencias de disolución o consolidación disciplinaria de los estudios de comunicación. (Navarro, 2015, pág. 107)

El primer plano propone la relectura y reescritura para renovación de utopías, misma que se rige en:

La investigación de la comunicación podía y debía contribuir, en sus términos más generales, a la "democratización" de las sociedades latinoamericanas, a la defensa de su soberanía económica, política y cultural, y al "desarrollo" en su acepción más amplia. En función de esos fines, de ese compromiso con el futuro de la sociedad, la investigación debía ser rigurosa, no voluntarista o dogmática. (Navarro, 2015, pág. 110)

Según Martín Barbero, 2001 (citado por Dr. M.C. Gustavo León) menciona que el desarrollo mediante el uso de medios y mensajes son parte de un lazo que no se rompe, “porque los mensajes y sus impactos, generan nuevas y variadas formas de entrelazamiento de lo social y lo político, de la formación de la opinión pública y del ejercicio de nuevas formas de ciudadanía” (León, 2001 -2002, pág. 33). Exponiendo a la sociedad como un espacio de construcción discursiva que puede transformarse en base al entendimiento y acción de nuevas perspectivas.

Dentro de la Escuela Latinoamericana de Comunicación existen instituciones que reflejan la propuesta. Unesco, donde se “apostó por la comunicación como el mecanismo para generar procesos de desarrollo (educación, salud, etc.)”, y Ciespal, donde se desarrolla “el Curso Internacional para el perfeccionamiento en ciencias de la información, con el propósito de promover líderes de la comunicación” (Gonçalves, 2004, pág. 24). Representando espacios de aplicación de la transformación social y crecimiento comunitario.

1.2. La radio en el proceso de comunicación

La radio es uno medio de comunicación tradicional, que por sus características posee un alto alcance. Según Stuart Hall, (como parte de la escuela de Birmingham, citado por Mattelart & Mattelart, 1997), en su artículo “*encoding/decoding*, redactado hacia 1973” define el proceso de comunicación en cuatro áreas: “producción, circulación, distribución/consumo, reproducción”, donde el consumo y reproducción son parte de actividades como audiencia. El alcance o consumo que el medio espera, pasa por:

Tres tipos de decodificación: dominante, de oposición y negociada (...), corresponde a los puntos de vista hegemónicos que aparecen como naturales, legítimos, inevitables, el sentido común de un orden social y de un universo profesional. El segundo interpreta el mensaje a partir de otro marco de referencia (...) El código negociado es una mezcla de elementos de oposición y de adaptación, una mezcla de lógicas contradictorias que suscribe en parte las significaciones y los valores dominantes, pero toma argumentos de una situación vivida, para refutar las definiciones compartidas. (Mattelart & Mattelart, 1997, págs. 74-75)

El alcance que se espera pasa por el tamiz de la subjetividad, como lo plantea Mattelart & Mattelart, (1997, págs. 98-99) “el lenguaje es el campo de tensiones y de intereses conflictivos. Las evaluaciones de un discurso y las respuestas individuales a un enunciado están lejos de ser uniformes”. El mensaje aplicado dentro de la vida cotidiana se rige a la decodificación y retroalimentación que este alcance, ya que el ser humano posee la potestad de interiorizar o no la información.

González, Aurora (2013, pág. 256) define que “la radio ha perpetuado la cultura del significante oral y reconoce en ese su ámbito propio y su mejor peculiaridad”. Dentro del significante oral, está la posibilidad de crear el diálogo mediante la incorporación del *lenguaje radiofónico*. Armand Balsebre (2004), toma en cuenta la explicación de

Fuzellierz en su obra *Le langage radiophonique*, donde el uso de sonidos que se transmite (voz, ruidos y música), conforma un sistema de comunicación, por lo que:

Existe lenguaje cuando hay un conjunto sistemático de signos que permite un cierto tipo de comunicación, la agrupación de signos lo define como sistema semiótico. (...) La función comunicativa del lenguaje posee doble aspecto: el código o repertorio de posibilidades para enunciados; y el mensaje o variaciones particulares sobre la base del código. (Balsebre, 2004, págs. 1- cap. II)

La palabra radiofónica toma importancia en la capacidad de explicar la realidad sin necesidad de darle variaciones forzosas. Gonzáles, (De la radio interactiva a la radio transmedia: nuevas perspectivas para los profesionales del medio, 2013, pág. 256) menciona que las personas acordes con la actividad radiofónica son “necesarias para explicar, para relacionar una música con una historia, para contar una anécdota al hilo de lo que se emite, o para recuperar un tema olvidado.” Donde los productores y realizadores de los programas radiofónicos son los actores de un esquema auditivo capaz de decodificarse en el sujeto que lo recibe. Se utiliza radiofónico y no radial, debido a la definición que poseen, donde el segundo se aplica en espacios científicos.

Para Balsebre (2004) “la lingüística moderna fija también un tercer aspecto entre el código y el mensaje: el uso social y cultural, por lo tanto, el conjunto sistemático de signos codificados es un proceso comunicativo interactivo entre emisor y receptor”. (Balsebre, El lenguaje radiofónico, 2004, págs. 2-3 / cap. II) Es decir, un mensaje es una agrupación acabada, ordenada, de elementos concentrados en un repertorio, que constituyen una secuencia de signos reunidos según ciertas leyes¹.

¹ Balsebre menciona en *El Lenguaje Radiofónico* a Moles, París & Mouton, mencionan la agrupación en *Sociodynamique de la culture*, 1967. Pág. 109. “En la era de la información la propiedad más relevante ya no se mide en kilómetros cuadrados: hablamos de las radiofrecuencias, del espacio electromagnético -por el que circula la información-, que está disponible en millones de ordenadores personales, teléfonos móviles, y emisoras de radio y de televisión”.

La comunicación sólo es posible cuando, los signos que constituyen el mensaje son conocidos tanto por el emisor, como por el receptor. Por ello, incorporar lenguaje moderno en elementos multimediales exige un nivel de adaptación superior.

Hall Stuart, en su obra, *Codificación y decodificación*, 1980. Presenta que el estudio de las redes discursivas, dependiendo de la interpretación, puede abarcar los cambios tecnológicos, mismos que implican cambios en los modos de estructuración y recepción de los mensajes: "No existe correspondencia necesaria entre codificación y decodificación, la primera puede intentar dirigir pero no puede garantizar o prescribir la última que tiene sus propias condiciones de existencia..." (Universidad Católica Argentina - UCA, 2007). Aquí se explica que la elaboración del mensaje radiofónico es solo parte del proceso comunicativo, al implementar lenguaje, contenido, narrativa y estrategias de comunicación se permite al receptor la factible decodificación de la información.

La decodificación se puede analizar desde la actividad del receptor, es decir, el fomento de interactividad dentro de espacios comunicativos, como plataformas web.

Balsebre (2004) propone que:

Sin la interacción emisor-receptor, sin la mediación de un proceso de percepción, considero que la producción de mensajes no tiene sentido. (...) El mensaje aglutina también otra síntesis dicotómica, la integración de la *forma* y el *contenido*, además los signos son siempre el equivalente de alguna cosa. (Balsebre, El lenguaje radiofónico, 2004, pág. 3 / cap. II)

Por otro lado, desde la Escuela Latinoamericana, Martín Barbero, 2001 (citado por Dr. M.C. Gustavo León) menciona que:

La serie de mediaciones en la globalización comunicacional actual, han y están provocando hoy más que nunca en los receptores, desde las culturas tradicionales

(precolombinas, negras y campesinas), nacionales (regionales y locales) y urbanas, un descentramiento cultural y, por consiguiente, fuertes transformaciones en los mapas culturales (desagregación y aislamiento social, fundamentalmente) de América Latina. (León, 2001 -2002, pág. 36)

A lo que López (2005) plantea dentro de “los mensajes y mensajeros”, que para comunicar las ideas y deseos es necesario:

Convertirlos en signos materiales. Un idioma es un código, un sistema de signos convencionales que materializa nuestros pensamientos y emociones, que traduce las ideas elaboradas en el cerebro, a través de las cuerdas vocales, en señales audibles para que otro ser vivo pueda recibirlas y decodificarlas. (López, 2005, pág. 30)

Si el cerebro receptor no logra interpretar o interpreta mal el mensaje, el proceso de la comunicación habrá fallado. Pero se puede obtener una mayor posibilidad de comunicación cuando el número de coincidencias de significados, entre emisor y receptor, aumenta.

Según Meneses, se debe considerar que “(...) la radio de palabra, (informativa o no) tiene más posibilidades de sobrevivir inalterada que la radio musical. Parece, pues, que corresponde a la radio recuperar esa capacidad narrativa, contribuyendo a una cultura del diálogo.” (González, 2013, pág. 256) Esto plantea un punto inicial en la investigación dándole sentido a la aplicación de la palabra dentro de la estructura radiofónica. Debido a que la palabra posee un acercamiento y sentido de pertenencia tanto del locutor como del radioescucha.

La capacidad de escuchar radio y a su vez, realizar distintas actividades o consumir otros medios permite que una de las características de la radio no se pierda, más la necesidad de adaptar la narrativa radiofónica, representa una “crisis de identidad”, debido a que la

“expresión radiofónica y la lógica del mercado”, necesita un equilibrio para “mantener el contacto con el consumidor varias veces al día”. (González, 2013, pág. 257)

En síntesis, la audiencia, reach o alcance, frecuencia, público objetivo y cobertura, son parte de la estructura conceptual del programa, permitiendo realizar actividades de marketing, o marcar objetivos del programa radial.

Según Delgado (2014, págs. 72-79), cada etiqueta mencionada se define como:

- Audiencia: conjunto de personas que escuchan una emisión en una hora determinada de cualquier día. Existe: audiencia pura que es el total de personas que han recibido un mensaje radiofónico al menos una vez. Y audiencia útil, que son las personas a las que se dirige un determinado mensaje radiofónico.
- Reach o alcance: número de personas u hogares expuestos a determinada radio o pauta publicitaria durante un periodo específico de tiempo.
- Frecuencia en que se escucha radio: es el número de veces que se expone una persona a un mensaje emitido.
- Público objetivo: son las personas que poseen características compartidas o una serie de necesidades similares.
- Cobertura: el área geográfica que cubre una señal de radio, abarcando un número de hogares o personas susceptibles de sintonizar una radioemisora en determinada zona y dentro de un universo de personas previamente definido.

Según Delgado, “la radio tiene, en una región, un promedio de 2,44 radiorreceptores por hogar” (2014, pág. 75)

1.2.1. Lenguaje radiofónico

Tanto los postulados de la Escuela de Birmingham como Latinoamericana defienden la necesidad de estudiar los contextos y la influencia social, respectivamente. Se considera como un proceso, para poder aplicar la radio como un medio de comunicación que promueve el desarrollo social, es necesario conocer el contexto de la sociedad.

Dentro de las apreciaciones, el “ruido” según plantea Balsebre (2004) es el sonido.

El sonido es definido como todo ruido elaborado o clasificado en una cadena significativa. A partir de esta genérica proposición, en una primera aproximación específica a la definición del sistema semiótico radiofónico, podemos concebir a los mensajes sonoros de la radio como una sucesión ordenada, continua y significativa de "ruidos" elaborados por las personas, los instrumentos musicales o la naturaleza, y clasificados según los repertorios/códigos del lenguaje radiofónico. (Balsebre, 2004, pág. 2)

Caso contrario para López “el enemigo número uno es el ruido”, (López, 2005, pág. 31). En la comunicación no sólo se atribuye como ruido el problema técnico, sino las complicaciones como diferencias culturales y enredos psicológicos. Tomándose en cuenta para el trabajo actual el postulado de López Vigil (2005), es decir, entendido desde la Escuela Latinoamericana.

Según las definiciones anteriores, con otros conceptos por palabras se toma en cuenta el siguiente esquema (Balsebre, Capítulo II, 1994), planteado como el Sistema Semiótico Radiofónico:

- Lenguaje radiofónico: palabra, música, efectos sonoros, silencio.
- Tecnología: recurso técnico/expresivo de la reproducción sonora.

- Radio Escucha: percepción radiofónica.

Dentro del lenguaje radiofónico se manejan la voz, música, sonidos y pausas, con funciones que ayudan al desarrollo del programa, como lo menciona Doctora. Herrera de la Universidad Carlos III de Madrid (Herrera, 2013).

- La voz o palabra, los efectos o sonidos y las pausas o silencios, cumplen funciones como:
 - a. Enunciativa o expositiva, donde se transmite información sin connotación.
 - b. Descriptiva, detalla las características de lugares y personas.
 - c. Narrativa, relata sucesos o acciones dados en tiempo y espacio determinado.
 - d. Expresiva, comunica estados de ánimo.
 - e. Argumentativa, defensa de ideas u opiniones guiado al razonamiento.
 - f. Programática, unión de contenidos, formas y segmentos.
- La música cumple las siguientes funciones:
 - a. Referencial, expositiva u ornamental: colchón musical o fondo musical.
 - b. Descriptiva: sitúa tiempo y espacio.
 - c. Narrativa: enfatiza la acción intensificándolo.
 - d. Expresiva: da sentimiento, clima emocional.

e. Programática: sirve de unión, como:

- Sintonía: secuencia musical que identifica una emisora, un programa o una de sus secciones.
- Careta: portada de un programa. Se compone de secuencia de música y palabra (nombre del programa y el de su presentador).
- Ráfaga: frase musical, sirve para separar bloques, es punto y aparte.
- Golpe: separa noticias dentro de bloques, es punto y seguido.
- Indicativo o mención: recuerdan al oyente la emisora o el programa que está escuchando.
- Promocional: anuncia un programa para venderlo.

1.2.2. El discurso radiofónico

El discurso radiofónico tiene características que dependen de la narrativa aplicada en el programa. Se dividen en improvisación y narración con dependencia de interpretación o lectura de un texto. Recordando que las intervenciones radiofónicas están ligadas al control de la radio como parte de un reglamento interno específico.

Primero, la improvisación es entendida por Xosé Soengas, en dos sentidos la que “se apoya en un esquema orientativo que sirve de guía o de hilo conductor” (Soengas, 2005, pág. 102). Espacio que posee pautas narrativas, con líneas de actuación y orientación de contenidos. Pero por otro lado, planeta “la improvisación natural o espontánea”, donde:

No es posible predetermined arguments, ni diseñar la evolución de los personajes con anterioridad. Sólo puede hacerlo en ciertas ocasiones el

moderador del espacio de forma simultánea al desarrollo del relato, pero en aspectos muy puntuales. Las improvisaciones naturales abundan en la radio y habitualmente corresponden a intervenciones de personas que participan en diferentes programas en calidad de invitados, aportando datos interesantes o contribuyendo a generar momentos entretenidos. (Soengas, 2005, págs. 102-103)

Las características comunes de este tipo de espacios se basan en no regirse a reglas, donde los colaboradores no conocen ni el lenguaje radiofónico, ni su aplicación, sin pautas previas, con discursos espontáneos, pero en aumento dentro de aspectos comunicativos por la libertad de difusión. Pero podría dotarse de confusiones o expresiones innecesarias. Conocido también, como un espacio natural.

Segundo, el espacio preparado. Donde se busca la construcción y adaptación de personajes con una coherencia que permitirá la sencilla codificación y decodificación del mensaje, mismo al que refiere Balsabre (2004), permitiendo implementar recursos que enriquecen el relato, a parte de la incorporación de distintos estilos radiofónicos.

1.3. La estructuración del programa radiofónico

Miguel Ortiz y Federico Volpini, consideran que “un programa de radio es un conjunto de emisiones (mensajes radiofónicos) que responden a una misma temática, un mismo formato, durante un tiempo determinado y en la misma franja horaria normalmente” (Ortiz & Volpini, 1995, pág. 7).

1.3.1. Elementos internos del programa radiofónico

El programa se reconoce por su nombre, su temática, sus características, su emisora y por quienes intervienen en él, estos elementos varían con el paso del tiempo, a excepción del nombre. Todo programa de radio comienza indudablemente con una idea. Ortiz y Volpini (1995), definen la idea como:

Un conjunto de características básicas que conforman la esencia del programa, es decir, los primeros apuntes que vamos anotando en referencia a nuestro programa se convierten en la idea principal del programa. Entendiendo que estos apuntes sufrirán una transformación, algunos se eliminarán y otros evolucionarán hasta que se forme el cuerpo del programa de radio que deseemos hacer. (Ortiz & Volpini, 1995, pág. 7)

1.3.2. Estructura y guión para un programa radiofónico

La estructura de la sinopsis refleja con exactitud lo que se va a hacer en el programa, pero no cómo se va a hacer, la cabeza, el cuerpo y la escaleta son pasos que deben estructurar el programa. (Ortiz & Volpini, 1995, págs. 11-14)

El guión es parte de la estructura de un programa radiofónico. Es considerado como la herramienta principal del comunicador, permitiéndole seguir la programación. Los formatos según el género informativo son: “nota informativa, flash, entrevista, reportaje, crónica o reporte y encuesta.”

La radio debe considerar la variedad entre “programas hablados, musicales, concurso, educativos, informativos, radionovelas y entretenimiento”. Dentro de esto existen tres tipos de guiones:

- Guión completo: es un formato para obra dramática o radio drama, usado generalmente en ámbitos de educación familiar, participación social, enfermedades.
- Guión semi-completo: es utilizado en programas de participación en vivo, incluyendo textos y no dependen del guionista.
- Guión de listado: es una guía de programación con secuencia de elementos grabados previamente donde tienen listado del formato a usar.

El guión radiofónico supone dos grandes dimensiones, según Alfred Doblin (Borja, 2006):

La dimensión de la creación de una obra desde la idea, incluidos el guión literario y el guión técnico, hasta su presentación. (...) La dimensión de la adaptación radiofónica plantea el trabajo de selección de una obra dramática clásica que es susceptible de ser llevada a la escena radiofónica, por medio de la adaptación. (Borja, 2006, pág. 63)

El guión literario es una estructura que incluye objetivos del programa, a qué oyentes se dirige, temática central, recursos materiales, técnicos y humanos de los que se cuenta.

Dentro de la preproducción, la coordinación radiofónica es el orden en que se colocan los sonidos y la sucesión lógica que dependen tanto de disposición como de orden de aparición. Lo que “sustentan en el ritmo, fundamento del sonido para crear la realidad sonora”. (Borja, 2006, pág. 66) . Dentro del guión se construyen elementos como equipo de grabación y transmisión, simultaneidad (conurrencia de sonidos), coherencia de la obra.

En el guión técnico son los elementos que se basan en lenguaje radiofónico y su narración permitiendo protagonistas, participantes y operadores de audio. (Borja, 2006, pág. 67)

1.3.3. El tiempo en el programa radiofónico

Dentro de un programa de radio lo que detiene la magnitud de la información es el tiempo y lo que se entiende por real, presentado a un grupo específico de personas, no es más que la realidad concebida subjetivamente y transmitida, proceso conocido como codificación. En la decodificación el sujeto capta el mensaje lo interioriza, según la mediación y contexto al que pertenece. Pero el tiempo usado en la información, en su emisión y recepción, cambia el sentido inicial.

El tiempo en radio posee un límite de atención, para jóvenes el tiempo varía entre 15 a 20 minutos presencial, dependiendo de las actividades extras que se encuentre realizando.

1.3.4. El lenguaje para radio

Según Van Dijk, (citado por Jose Alcoceba y Mathieu) se proponen los siguientes niveles para analizar un texto verbal o escrito (Alcoceba & Mathieu, 2006):

- Dimensión léxica: empleo de palabras en una misma situación concreta y para hablar de algo. El significado no se entiende como una propiedad del signo aislado sino como una función del enunciado. Las palabras emitidas forman redes, que posteriormente crearan sentidos.
- Dimensión enunciativa: permite identificar el texto con un determinado contexto. (...) Refiere a los hechos exteriores al texto, es decir, a los que le dan origen y cuyas huellas quedan en el enunciado (por ejemplo, quien habla en qué situación, para quién, con qué intención, en qué contexto socio – histórico). En ocasiones, estas huellas son difíciles de recuperar por su sutileza pero siempre son marcas materiales que deja allí quien ha producido el texto.
- Dimensión pragmática: considera al enunciado como una acción que tiene un propósito y que produce consecuencias.
- Dimensión estructural: se trata de observar la estructura semántica y sintáctica de un texto. Qué elementos unen las diferentes partes de un texto, cómo se manifiesta la coherencia. Seguir las líneas de coherencia, permite encontrar significados que no están explicitados a simple vista, al tiempo que observar la jerarquía atribuida a los contenidos.

- Dimensión estilística: se refiere al modo como el texto se relaciona con las circunstancias y con las pautas socialmente fijadas para cada una de ellas. Asimismo, es posible observar las voces de otros que, aparentemente ausentes en ese momento, aparecen a través de la voz del que está hablando. La apropiación de palabras ajenas, las repeticiones, la posición de dominio o servilismo en el discurso, permiten ir desentrañando el entorno y la intencionalidad de quien detenta el discurso.
- Dimensión retórica: todo texto oral u escrito, además de querer comunicar, tiene alguna otra intención (por ejemplo en el caso de las noticias que se tomen como veraces y objetivas). Para lograr su objetivo, el hablante recurre a estrategias verbales, uso de recursos, modos de decir las cosas que no tienen que ver como la información en sí, pero que lo hacen entrar en el campo de la persuasión.
- Nivel connotativo: en el caso de la radio se toma en cuenta la entonación , modalidades de habla en caso de testimonios, musicalización, sonido ambiente, espacio dentro de la programación y sobre todo, vocabulario.
- Construcción de paradigmas: un paradigma es una instancia virtual, un repertorio de posibilidades de elección que tiene el hablante y de las cuales puede seleccionar una. Para entrar en este punto, se trata de observar los aspectos de cohesión y coherencia de un texto: la cohesión es el entramado que manifiesta las relaciones lógicas y asociativas que el emisor establece entre las ideas que expresa en su propio enunciado. (Alcoceba & Mathieu, 2006, págs. 19-20)

La narrativa sirve para captar el significado o el funcionamiento de los fenómenos comunicativos. Según Omar Rincón, es “una matriz de comprensión y explicación de las obras de la comunicación”. De la que se desprenden elementos como:

- Autor/obra: se necesita la comprensión del estilo audiovisual, es decir el análisis de la producción de un autor.

- Periodo: es la etapa en la que se escribe la narrativa.
- Escuela o movimiento: se analiza el pensamiento, estilo audiovisual y acción política.
- Nacionalidad: se basa en el territorio simbólico donde se produce la narrativa.
- Representación: expresan modelos de colocación del sujeto en ideologías, estrategias para estabilizar los significados respecto a temas clave. (Rincón, 2006, págs. 95-96)

1.3.5. Formatos para programas radiofónicos

Según Mario Kaplún (1999, págs. 154-172) existen doce formatos básicos:

- Charla: discurso o monólogo, breve. Es expositiva, se difunden conocimientos a manera de explicación, menos radiofónica y pedagógica. Más sencilla y económica. Es creativa por llamar la atención. Usa el método testimonial, donde una persona cuenta su experiencia.
- Noticiero: sucesión de noticias rápida y poco detallada.
- Nota o crónica: es información amplia, sin juicios personales, con antecedentes y opiniones para que el radioescucha formule juicios propios.
- Comentario: es el análisis y opinión de un hecho orientando al oyente.
- Diálogo: puede ser didáctico, con un entrevistador quien dinamiza. Otra es, consultorio, donde responden preguntas del público.
- Entrevista informativa: preguntas y respuestas, con un invitado.

- Entrevista indagatoria: interrogatorio a persona relacionada de manera directa.
- Radioperiódico: estructura de un periódico escrito.
- Radio-revista: existen varias secciones y un conductor base.
- Mesa redonda: entrevistador lleva el hilo del programa junto a dos o más personas invitadas. Posee posiciones antagónicas y la confrontación de ideas, pero no de ellos.
- Radio-reportaje: formatos más relevantes de la radio, tiene una presentación completa del tema.
- Dramatización: recrea la vida, por ello está considerado el más activo.

1.3.6. Tipos de programas radiofónicos

Según Mario Kaplún (La radio: géneros, estructura y financiación, 2008, pág. 1), son siete tipos de programas radiofónicos que se subdividen en:

- Informativos: como boletines, entrevistas, crónicas, tertulias, coloquios, ruedas informativas, críticas, reportajes, debates, editorial.
- Dramáticos/ ficción.
- Musicales - entretenimiento.
- Deportes.
- Culturales.

- Participación con llamadas de los oyentes.

1.3.7. Connotación en radio

Cada tipo de programa posee un grupo de palabras o frases destinadas al entendimiento del proceso radiofónico. Según Mario Kaplún, (La radio: géneros, estructura y financiación, 2008, págs. 2-3).

- Sintonía: ráfaga sonora (musical) identifica espacio radiofónico concreto.
- Careta: sintonía a la que se suman créditos.
- Indicativo: recordatorio de emisora y/o programa incluido a lo largo de la programación.
- Cuñas: montajes sonoros de breve duración con fines promocionales (programas, emisoras o productos/servicios comerciales).
- Cortinilla (Ráfaga): Ráfaga musical de separación de elementos.
- Flash sonoro/Efecto (Golpes): Puntos sonoros marcados utilizados para enfatizar un momento determinado. Duración inferior a la ráfaga (gong, campanada, señal horaria, etc.).
- Radio Colchón musical: Música neutra empleada de fondo sonoro en locuciones.
- Pausa: Silencio intencionado con fines rítmicos o expresivos (también llamado "pausa valorativa"). La pausa es un silencio de segundos.
- Paso a: Entradilla que sirve de presentación a una sección o bloque determinado.

- Fundido/Encadenado: Fusión de dos fuentes sonoras, bien sea por mezcla.
- Créditos: Nombres y datos de producción de un programa.

Para la publicidad emitida en radio se necesita el uso de palabras específicas como lo menciona Mario Kaplún (La radio: géneros, estructura y financiación, 2008, págs. 4-5)

- Cuña publicitaria: pieza sonora de corta duración que anuncia un producto o marca. Está diferenciada del resto de la programación y lleva su propia música y eslogan.
- Publireportaje: fragmento radiofónico de varios minutos donde se habla de un producto o marca utilizando códigos propios de los géneros informativos (presentándolo como una entrevista entre el locutor y un representante de la marca).

1.4. Definición de características externas para radio

Dentro de esto es importante la identificación de las características del programa dentro del marco de la Ley Orgánica de Comunicación, para lo cual se debe tener en cuenta las especificaciones y características que se mencionan en el título IV, Regulación de Contenidos, Art. 60, Identificación y clasificación de los tipos de contenidos (SUPERCOR, 2013, pág. 52). Donde se clasifica los contenidos en:

- Informativos: I.
- De opinión: O.
- Formativos/educativos/culturales: F
- Entretenimiento: E

- Deportivos: D
- Publicitarios: P.

Considerar que los oyentes en radio, pueden decidir que escuchar y que no, es parte de entender la creciente cantidad de atracciones a cierta programación, pero como obligación del programa a transmitir se necesita, “señalar si son o no aptos para todo público” (SUPERCOR, 2013, pág. 53). Dentro de la clasificación en el Art. 65, Clasificación de audiencias y franjas horarias, se deben considerar tres espacios, (págs. 56-57):

- Familiar: todos los miembros de familia, en horario de 06h00 a 18h00. Programación tipo “A”, apta para todo público.
- Responsabilidad Compartida: personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas, en horario de 18h00 a 22h00. Programación tipo “A” y “B”, apta para todo público con vigilancia de una persona adulta.
- Adultos: personas mayores de 18 años, en horario de 22h00 a 06h00. Programación clasificada con “A”, “B”, “C”, apta solo para personas adultas.

1.5. Elementos externos: usuarios o radioescuchas

Para la estructuración de un programa radiofónico tanto las características internas del mismo como las externas juegan papeles de concordancia al momento de crear la narrativa. Se entenderá que de manera externa, se encuentra la segunda parte del proceso de comunicación, es decir, una vez cumplida la emisión del mensaje viene la recepción del mismo, donde los sujetos actores son los oyentes. Según Cebrián (citado por Díaz, 2013), existen tres tipos de oyentes:

- Usuario pasivo: oyente que sólo escucha o recibe el mensaje, sin ánimo de participar del programa. Los factores que influyen, puede ser falta de tiempo, conocimiento, entre otros.
- Usuario activo: oyente que escucha el programa y participa en él, mediante plataformas o redes sociales en internet.
- Usuario interactivo: oyente consume y maneja herramientas propias de internet para generar contenidos a partir de la comunicación del programa. Es parte de un proceso informativo directo o indirecto en plataformas que él desee. (Díaz, 2013, pág. 133)

1.6. La radio y la transmedia

La radio tradicional con frecuencia, estudios y material analógico, posee un proceso tecnológico permitiéndole ubicarse en espacios digitales, como radio en línea, permitiendo un acceso desde plataformas web. Este medio puede entenderse como una nueva forma de radio interactiva e incluido a esto, el trabajo del comunicador radiofónico se extiende a formar parte de relatos interrelacionados para plataformas múltiples.

El concepto transmedia, puede ser entendido como la posibilidad de formar relatos no solo para la plataforma actual sino para espacios digitales diferentes. Espacios en los que se permite una narrativa con la presencia de intercambio y relación que se teje a lo largo del diálogo. Sostiene Haye, (citado por Gonzales, 2013) que:

Uno de los aspectos más sugerentes de este complejo entramado de textos y soportes lo constituye el surgimiento de los denominados proyectos de narrativa transmedia, es decir, proyectos que utilizan varias plataformas para llegar a diferentes públicos con su relato y que trascienden el concepto de *multimedia*. Se

trata de una nueva forma de convergencia digital (Rasmussen & Reudaskoski, 2002). (González, 2013, pág. 253)

Según Yaguana & Delgado (2014), con el internet se abrieron diferentes formas de hacer radio, más allá del uso tradicional de palabra, música, efectos sonoros y silencios. Expresando además, que sin importar el nombre dado al espacio de radio en internet, este no se desarrolla al máximo debido a la falta de consolidación de la misma web.

Bitcaster, cybercasting, webcasting radio, radio web, cyber-radio, internet-audio, audio-web, radio digital, radio on-line, netradio, audioinformación, radiovisión o simplemente radio por internet. Si bien todos son términos referenciales de esta nueva convergencia, ninguno precisa con albor lo que realmente representa el nuevo medio (Yaguana Romero & Delgado López, 2014, págs. 163-164)

Dentro de lo mencionado, el *Bitcaster* representa un proceso de difusión de “información multimedia digital desde una dirección electrónica a una cantidad de receptores de manera simultánea” (Yaguana Romero & Delgado López, 2014, pág. 164). Mostrando características como, renovación permanente, inmediatez por velocidad, simultaneidad, expresividad por la cantidad de formas y canales, adaptabilidad debido al uso de la red. La radio en internet en el Ecuador, según Yaguana & Delgado (2014), aparece en el “2006 con *Play Internacional*, *bitcaster* de creación exclusiva de la Red que en su primer año tuvo más de 180.000 visitantes de todo el mundo” (Yaguana Romero & Delgado López, 2014, pág. 174)

1.6.1. Radio convencional y plataformas de internet

En cuanto a “los nuevos oyentes de esta radio”, Gonzales (2013), los considera “*prosumers*”, quienes:

Controlan y personalizan el consumo de radio. Por una parte, cada vez un número mayor de individuos es capaz de ofrecer información, y a coste más bajo.

Por otra, el escucha de radio se hace de manera personalizada: cada oyente organiza su propio *playlist*, o el orden en que quiere escuchar unas noticias. (González, 2013, pág. 259)

De esta forma. Gonzales (2013), incluye, “los *blogs*, los *podcast* al margen de la industria y los *mashups* (...), Youtube o MySpace, y es más evidente que el consumo de radio se asocia a redes sociales”. Espacios donde se dividen los oyentes entre “gustos y preferencias” específico y los comparten con más personas que mantengan las mismas características. (González, 2013, pág. 259)

Entonces, las redes sociales juegan un papel de selector de consumo, ayudan en el contacto con los oyentes. Dos de los espacios comúnmente utilizados son Facebook y Twitter, donde se permite el acercamiento a la audiencia radiofónica. Gonzales plantea que:

Lo que las redes sociales hacen es organizar de una forma más ágil o más inteligencia los perfiles o los contenidos que interesan. La verdadera potencia del cambio ha sido la interactividad que ha permitido a la radio intercambiar los roles de emisor y receptor. Y comentar, intervenir y a su vez contestar las demandas de los oyentes. (González, 2013, pág. 259)

Parte de las transformaciones en radio, es el uso de *streaming*, mismo que ha permitido la visualización del trabajo en cabina del periodista radiofónico.

Para entender a fondo el funcionamiento de la multimedia se puede tratar conceptos como “TICs”, entendido como “tecnologías de la información y de la comunicación, (...) las que necesitan para la gestión y transformación de la información, y muy en particular el uso de ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, administrar, proteger y recuperar esa información” (Wordpress, 2009). Estas tecnologías y su funcionamiento han dado paso a un modelo nuevo de radio conocido como

“Convergente” en internet, mismo que ha incluido conceptos de distribución sonora como ondas hertzianas, satélite y cable. (Jiménez & Cebrián, 2008, pág. 137)

La convergencia es el funcionamiento de la radiofonía web, dentro de una plataforma donde coinciden tanto el medio tradicional como características multimedia, que modifican la programación, lenguaje radiofónico, comunidad de radioescuchas. Lo que implica la inclusión de elementos “textuales, hipertextuales, imagético audiovisual” (Piñeiro & Ramos, 2013, pág. 41). En este proceso se le da importancia al primer contacto con el oyente, el cual se convierte en visual. Pero esto no quiere decir que el elemento base se pierde, por lo que, el sonido es la base de la radio en web también.

Dentro de la convergencia o “medio hertziano”, según Piñeiro & Ramos (2013), la adaptación a internet ha complementado la emisión sincrónica convencional con posibilidad de acceso asincrónico de los contenidos, convirtiéndolos en “repositorios sonoros”. (Piñeiro & Ramos, 2013, pág. 42) Por lo que, se entiende que la acción del radioescucha es de administrador de contenidos, Piñeiro & Ramos (2013), plantean que:

Conscientes de este nuevo papel del radio escucha, las webradios han optado por definir espacios propios para guiar al usuario en las acciones que tienen que efectuar, y definir la presencia e herramientas y servicios interactivos. (...) En este contexto Merayo (2001), se refiere al surgimiento de la *self-communication* en contraposición a la impersonalidad de los mensajes de los media convencionales. (Piñeiro & Ramos, 2013, pág. 43)

La interactividad en estos espacios permite que la radio convencional almacene en plataformas de internet contenidos que servirán para que los “oyentes-usuarios” (Piñeiro & Ramos, 2013, pág. 43), realicen actividades de compartir con otros los textos, crear comentarios o preguntas que amplíen los contenidos, obteniendo más información y una activa retroalimentación.

A lo que Mariano Cebrián, Catedrático de Universidad Complutense, menciona como “innovaciones técnico-comunicativas de la radio abierta a la interactividad, en la que múltiples participantes autoprograman su recorrido en espacios universitarios y conceptos del tiempo diferentes.” (Jiménez & Cebrián, 2008)

El uso de las redes sociales como Twitter y Facebook por parte de los oyentes, los convierte en comunicadores indirectos del mensaje, debido a la réplica informativa.

Según Yaguana & Delgado (2014), en el estudio realizado a la radio en Ecuador, publicado en su libro “85 años de radiodifusión en Ecuador”, mencionan los siguientes datos: Facebook tiene un 57% es decir 54 *bitcasters* (mencionado párrafos anteriores), como proceso de fusión de información multimedia digital desde una dirección electrónica a una cantidad de receptores de manera simultánea.

Considerando a Facebook como “un tablón de anuncios donde se suben las informaciones o mensajes (...), genera interactividad cuando los programas son en vivo y el usuario escribe y sus comentarios son leídos por el presentador del programa” (Yaguana Romero & Delgado López, 2014, pág. 182) Similar a este espacio están los chats con un 56% y Twitter con un 55%, como los que poseen mayor influencia.

Espacios como correo, encuestas, blogs, Hi5, flickr, buzón, skype, foros, etc., son parte de las alternativas para mejorar la interactividad, pero se busca su utilización en vivo, es decir, al mismo tiempo de emisión del programa, para obtener, resultados.

1.6.2. La radio y los espacios multitasking

El consumo en entornos *multitasking*, conocidos como espacios donde se realizan diferentes actividades entre ellas el uso de radio y permite el intercambio de información al mismo tiempo. Esta característica multiplica el consumo de los contenidos radiofónicos. Esto se suma a la cultura de la movilidad, en dispositivos que tienen la característica de almacenaje y reproducción de audio. Piñeiro & Ramos (2013), plantean que:

La evolución de la telefonía móvil unida a la adopción de dispositivos portátiles como iPod, reproductores MP3 y MP4 o *tablets*, ha supuesto una oportunidad para la radiofonía web y, especialmente, para una de sus principales manifestaciones: los *podcast*. (Piñeiro & Ramos, 2013, pág. 44)

González (2013) menciona que: “(...) es un escenario definido por la economía de la atención y el entorno *multitask*, (...) siempre había tenido la cualidad de permitir la escucha en segundo plano.” (González, 2013, pág. 256) La radio que comparte espacios en internet se ha convertido en espacios usuales de estudiantes universitarios, quienes son parte de una comunidad conocida como nativos digitales.

Según Piñeiro & Ramos (2013), los jóvenes de la actual generación están asociados al consumo de “*multitasking* o multitarea y que han incorporado a su *life style* diversas tipologías de dispositivos móviles, que han propiciado un ocio *always* y *everywhere* no hayan considerado las potencialidades de la radio para dicho estilo de vida.” (pág. 50) Lo que resulta un punto de partida para analizar la radio convencional como un espacio de consumo menos común en la generación actual, debido al incremento de uso de las TICs como nuevos espacios tecnológicos de acceso a información y contenidos radiales. Por lo cual, la convergencia de la radio en plataformas interactivas se convierte en una necesidad para emisión de contenido.

1.6.3. La multimedia

El uso de la multimedia por parte de los oyentes marca niveles de recepción del mensaje y por otra parte, colabora con la difusión indirecta del mismo. Existen dos características útiles dentro de la estructura externa sobre plataformas de internet o uso de herramientas de la web 2.0. La primera característica, según plantea, Díaz Jesús (2013), parte del “empleo de herramientas como el correo electrónico, las redes sociales, los blogs, los foros o los Chats”. La segunda, parte de la consideración de mantener, “usuarios

interactivos”, creando protagonismo, donde la aplicación de comentarios, juegos, promuevan la participación. (Díaz, 2013, pág. 133)

Según Yaguana & Delgado (2014), la transformación de la radiodifusión ha pasado por el sistema “RDS (*Radio Data System*), creado a comienzos de los ochenta, para resolver la búsqueda e identificación de una emisora”. Añadiéndolo como “un canal de datos a una señal FM, inaudible para el oyente, pero detectable para un codificador”. Seguido a este sistema, se desarrolla en Europa “el sistema DAB (*Digital Audio Broadcasting*)”, hasta que en el 2003, según Yaguana & Delgado, “aparece un nuevo sistema llamado DRM (*Digital Radio Mondiale*)”, solucionando la migración digital de “AM (Amplitud Modulada), OC (Onda Corta), OL (Onda Larga) y OM (onda media)” (Yaguana Romero & Delgado López, 2014, págs. 152-155).

Existen diferentes soportes de grabación o formatos de reproducción. Así como espacios de difusión. Yaguana & Delgado, (2014) mencionan el siguiente orden de sucesión, primero el DAT (*Digital Audio Tape*), seguido por *Digital Compac Casete*, CD (Compact Disc), minidisco, DVD y el *Bluray Disc*. Dentro de esto los formatos de reproducción pasaron por “MP3, WAV, MP4, AIFF AU, WMA QT, RA RAM, Liquid Audio, AC-3” (Yaguana Romero & Delgado López, 2014, págs. 151-152).

Cada uno de los soportes y formatos de reproducción, permiten tanto al oyente como al productor de radio, facilidades al momento de realizar la actividad de comunicación. Cada uno de los formatos responde a una necesidad específica como capacidad de reproducir audio comprimido en el caso del MP3 o la reproducción de audio y video como en el MP4.

Dentro de plataformas web se conocen espacios como:

- El podcasting: es entendido como el desarrollo de software para liberar, interaccionar e intercambiar el conocimiento propio de internet. Es decir, es un espacio de distribución e interacción libre.

- La radio-online: espacio digital de implementación de elementos radiofónicos para captación web.
- Radio a la carta: es un espacio de elección múltiple dentro de internet, donde el oyente interactúa y elige lo que respecta a sus intereses.
- Repositorio sonoro: es un espacio que proporciona variedad de elementos del sonido, por ejemplo música, a elección del radioescucha.

CAPÍTULO 2

ESTUDIO DEL PROGRAMA RADIOFÓNICO MISIÓN REVOLUCIÓN. SISTEMATIZACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA

El estudio y sistematización de resultados permitirán proponer un nuevo esquema radiofónico, basado en las exigencias sociales e internas del programa. En este capítulo se explicará la definición y características del programa radiofónico Misión Revolución, seguido a esto la metodología para obtención de datos, matrices de estudio y espacios de información cualitativa acerca del programa.

2.1. Marco referencial de elementos, formatos y programación de Misión Revolución.

Misión Revolución era un programa transmitido los días sábado de 15h00 a 18h00, en frecuencia 89,3 FM, perteneciente a la radio HCJB. Uno de los objetivos del programa radial es brindar herramientas humanas para la vida de jóvenes, permitiendo guiar su vida, tanto a nivel personal como en su entorno; por otro lado, brinda apoyo a bandas musicales nacionales, fundaciones de ayuda social, espacios de diversión juvenil, consejería juvenil, inclusión social (cada programa es de entrada libre al público), participación on-line (redes sociales) y manejo de página web www.misionrevolucion.com. Los datos proporcionados por el director del programa sintetizan los objetivos y metas a alcanzar con el programa, de igual forma, la cantidad de minutos y la inversión del mismo.

2.1.1. Ficha técnica del programa radiofónico Misión Revolución

La ficha técnica del programa radiofónico permite entender las características internas y metas por las que fue creado. La información que detalla la siguiente tabla, guía el estudio de universo y elementos que constituyen la propuesta radiofónica.

Tabla 1. Ficha técnica del programa radiofónico Misión Revolución

FICHA DEL PROGRAMA	
Emisora	HCJB La Voz de los Andes
Frecuencia	89.3/ 98.3/ 102, 5/96.5/ dos emisoras afiliadas
Cobertura	Pichincha, Esmeraldas, Manabí, Tungurahua, Chimborazo, Morona Santiago
Título del programa	Misión Revolución
Necesidad	Conocer y amar a Jesucristo como Señor y Salvador
Destinatarios	Jóvenes de entre 15 a 25 años
Objetivos	Dar a conocer a Jesucristo como Señor y Salvador
Duración	180 minutos
Géneros y formatos	Charla expositiva , entrevista, foro
Periodicidad	Semanal - día sábado a las 15h00
Talento humano	Un director locutor y productor, un operador, 2 locutores de apoyo
Recursos técnicos	Cabina de transmisión con 4 micrófonos
Financiamiento	Espacio físico y técnico provisto por la radio + Contraparte laboral voluntaria
Costos	Ofrendas voluntarias 40 USD. por programa

Fuente: elaborado por Ramos, Fernando (2008), director del programa radiofónico Misión Revolución.

La ficha técnica del programa permite entender que tanto los formatos como los destinatarios se determinan bajo la interacción. Esto se expone en base al uso del formato charla como lineamiento para producción, donde se obtiene comentarios de la audiencia como construcción radiofónica. Lo mencionado no afirma que se cumpla dentro del programa, pero establece el resultado que se busca obtener.

2.1.2. Guión técnico del programa radiofónico Misión Revolución

El programa radiofónico Misión Revolución posee la siguiente estructura como guión técnico abierto.

A continuación se presenta la pauta de programación planteada al inicio del proyecto radiofónico. (Ramos, 2008)

Tabla 2. Escaleta inicial del programa radiofónico Misión Revolución

ESTAMOS UNIDOS				
PAUTA DE PRODUCCIÓN				
#	TOTAL	PARCIAL	ITEM	DETALLES
1	0:00:00	0:01:00	INTRO	
2	0:01:00	0:00:20	SALUDO	HOLA
3	0:01:20	0:00:10	RAFAGA	1
4	0:01:30	0:00:20	TITULARES	1 DE ABRIL
5	0:01:50	0:00:10	RAFAGA	2
6	0:02:00	0:03:30	MUSICA	CD1:02
7	0:05:30	0:00:10	SALUDO	S1
8	0:05:40	0:04:00	SEGMENTO	LARGO
9	0:09:40	0:00:10	RAFAGA	3
10	0:09:50	0:03:30	MUSICA	CD2:03
11	0:13:20	0:00:05	ID SECO	1
12	0:13:25	0:02:00	SEGMENTO	CORTO
13	0:15:25	0:00:10	RAFAGA	3
14	0:15:35	0:01:00	CORTE	1
15	0:16:35	0:00:10	ANTI-ZAP	A
16	0:16:45	0:01:00	CORTE	1
17	0:17:45	0:00:05	ID SECO	2
18	0:17:50	0:03:30	MUSICA	CD3:03
19	0:21:20	0:00:10	RAFAGA	4
20	0:21:30	0:04:00	SEGMENTO	LARGO
21	0:25:30	0:00:05	ID SECO	3
22	0:25:35	0:03:30	MUSICA	CD4:03
23	0:29:05	0:00:10	SALUDO	S2
24	0:29:15	0:02:00	SEGMENTO	CORTO
25	0:31:15	0:00:10	RAFAGA	5
26	0:31:25	0:03:30	MUSICA	CD5:03
27	0:34:55	0:00:05	ID SECO	4
28	0:35:00	0:08:00	ENTREVISTA	
29	0:43:00	0:00:10	SALUDO	S3
30	0:43:10	0:03:30	MUSICA	CD6:03
31	0:46:40	0:01:00	CORTE	1
32	0:47:40	0:00:10	ANTI-ZAP	B
33	0:47:50	0:01:00	CORTE	1
34	0:48:50	0:00:10	RAFAGA	6
35	0:49:00	0:02:00	SEGMENTO	CORTO
36	0:51:00	0:00:05	ID SECO	5
37	0:51:05	0:03:30	MUSICA	CD7:03
38	0:54:35	0:04:00	SEGMENTO	LARGO
39	0:58:35	0:00:10	SALUDO	S3
40	0:58:45	0:00:30	DESPEDIDA	CORTINA
41	0:59:15	0:00:10	CREDITOS	VOZ
42	0:59:25	0:00:35	CORTINA	FINAL
43	1:00:00			
44				

Fuente: elaborado por Ramos, Fernando (2008), director del programa radiofónico Misión Revolución.

Aquí se expone los segmentos con los que se plantea el programa radiofónico. Estos se detallan como saludo, titulares, música, segmentos, corte anti-zap, entrevista, despedida, créditos.

De estos el corte anti-zap, se ubica para no provocar cansancio en el radioescucha, pero no se comprueba su efectividad dentro del programa, al emitir el mensaje o su aplicación continua.

La aplicación de un total de siete canciones, cinco segmentos, una entrevista, dos cortes, saludo y despedida, titulares y créditos, le da un marco estructural.

Planteado para un total de una hora de emisión, lo que se comprobará como factible o no, al cabo de tres horas de programa, como producción actual. El contraste entre lo planteado por el programa y el interés del radioescucha promoverán la aplicación de la nueva propuesta a desarrollarse en el documento actual.

2.2. Ubicación del universo y muestra

El universo calculado para la aplicación de la encuesta como metodología de obtención de información, se basa en la interacción con el programa radiofónico Misión Revolución. Para medir la actividad se utilizan datos de la *Fan page* de la red social Facebook, perteneciente al programa.

Las estadísticas encontradas en Facebook, directamente con personas, tienen tres bloques “Tus fans”, “Personas alcanzadas”, “Personas que interactuaron”.

- El primer bloque detalla de manera general los interesados en el programa.
- El segundo, especifica el contacto con publicaciones y aceptaciones por parte del público.
- El último bloque, menciona de manera específica a radioescuchas que tienen contacto con las publicaciones, preguntas, comentarios y por ende, con el programa transmitido, por lo tanto, se utilizará para la obtención de la muestra de estudio.

Tabla 3. Promedio de personas que interactúan con el programa radiofónico
Misión Revolución

Fecha	Promedio por:			
	Sábado	Diario	Semanal	Mensual
Enero	74	17	108	268,32
Febrero	113	31	209	571,18
Marzo	101	38	232	747,35
Abril	155	47	303	902,13
Mayo	131	39	237	716,97
Junio	142	34	245	785,5
Julio	105	26	188	663,56
Agosto	91	22	128	416,16
Septiembre	87	19	120	367,43
Octubre	9	9	80	324
Noviembre	7	12	88	330

Fuente: Fan page -

<https://www.facebook.com/misionrevolucionradio/insights?section=navPeople> - 2014

La audiencia nata que es el total de personas que han recibido el mensaje radiofónico al menos una vez, se tomará en cuenta como “Tus fans”, siendo un total de 2199 “Me Gusta”.

Y de eso, la audiencia útil, que son las personas a las que se dirige un determinado mensaje radiofónico, se toma en cuenta las “Personas que interactuaron”, con un promedio semanal de 176, ubicado en el periodo de tiempo entre enero a noviembre de 2014.

El estudio de interacción del radioescucha se realiza en base a la utilización de Facebook como una red social de retroalimentación, donde se promueve argumentos, preguntas, textos e imágenes que colaboren con la transmisión del tema y la comprensión del mismo.

Tabla 4. Promedio de personas que interactúan, muestra semanal.

Promedio por sábado	Promedio por días	Promedio semanal	Promedio mensual	Periodo
92	27	176	554	Ene. – nov.
106	25	170	558	Jun. – sep.
111	30	196	604	Ene. – sep.

Fuente: *Fan page* -

<https://www.facebook.com/misionrevolucionradio/insights?section=navPeople>. 2014

Para trabajar con datos aproximados como el promedio de estadísticas en Facebook. La muestra calculada según la siguiente fórmula planteada en el documento “Tamaño de una muestra para una investigación de mercado” (Torres , Paz, & Salazar) , se utiliza cuando se desconoce el tamaño de la población.²

Ecuación 1. Fórmula para cálculo de muestra.

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

Nota: La fórmula consiste en la aplicación del universo, nivel de confianza y variantes para calcular la muestra de las encuestas.

Fuente: Fórmulas - <http://www.feedbacknetworks.com> - 2014

Dentro del cálculo de la muestra se busca tener un alto nivel de confianza al momento de recolectar los datos, para lo cual se utiliza la siguiente tabla (Networks, 2001-2013):

² Según la investigación para medir el tamaño de una muestra para una investigación de mercado realizada por Inga. Mariela Torres, Inga. Karim Paz e Ing. Federico G. Salazar se expone datos dentro de la fórmula que poseen la siguiente nomenclatura:

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

Ecuación 2. Cálculo de nivel de confianza según porcentaje.

K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,50%	99%

Nota: Porcentajes usados para calcular la muestra de la encuesta según el nivel de confianza.

Fuente: Fórmulas - <http://www.feedbacknetworks.com> - 2014

Entonces, aplicando los valores correspondientes a la audiencia que interactúa, el nivel de confianza y la fórmula mencionada se alcanza el siguiente resultado.

Ecuación 3. Cálculo de muestra para investigación.

N:

k:

e: %

p:

q:

n: es el tamaño de la muestra

Nota: El cálculo automático de la muestra dentro de la plataforma en internet, aplica la ecuación antes mencionada.

Fuente: Fórmulas - <http://www.feedbacknetworks.com> - 2014

Por lo tanto, se utilizó un total de 176 interacciones por semana dentro del periodo de enero a noviembre. Entonces, para sacar la muestra, se utilizó la fórmula mencionada, con un porcentaje de nivel de confianza del 88,5% que es 1,50. Lo que determina un total de 99 encuestas, valor realizado.

Según la tabla descrita anteriormente, el valor solo recae en 85%, con lo que se obtenía un valor de 95 como muestra, pero se obtuvieron más encuestas con respuesta por lo que se aumentó el nivel de confianza.

2.3. Planificación y estructura de estudio de programación

La planificación del estudio tanto de estructura del programa como de la percepción social, permite dirigir la propuesta, próxima a plantearse, desde la realidad cotidiana y no sólo desde los objetivos planteados como programa radiofónico o público objetivo propuesto. Evidenciando elementos útiles dentro del proceso.

2.3.1. Descripción de estructura de estudio de programación

Para la planificación y estructura de estudio de programación y percepción social se mantuvieron los siguientes pasos:

- a. Se recopiló un total de 15 ediciones del programa, emitidos en el periodo de enero a noviembre de 2014, en frecuencia 89.3 FM, en horario de 15h00 a 18h00, día sábado.
- b. Se realizó un monitoreo de cada edición recopilada del programa, obteniendo un esquema.
- c. Se estableció la escaleta utilizada en cada programa analizado, para registrar las variables y continuidad de guión.
- d. Se clasificó la información identificando contenidos o secciones, formatos, elementos del lenguaje, utilizados en la realización del programa radiofónico Misión Revolución.
- e. Se analizó la estructura propuesta con la realización continua y se establecieron resultados.

- f. Se estableció la presencia o ausencia de las características del mensaje de acuerdo a la duración, fuente, claridad (mediación del lenguaje), proximidad y, otras características informativas.

La información obtenida se planteó en matrices que permiten su comprensión y colaboran con la sistematización del trabajo. Los datos interpretados se plantearon desde el marco teórico desarrollado y la encuesta planteada a un público objetivo, en base a la muestra calculada, dando concordancia a la descripción de información de la investigación. Finalmente, los resultados se presentan a manera de propuesta final, como objetivo de la investigación.

2.4. Descripción de la metodología de análisis y sistematización

De los pasos mencionados anteriormente tanto de estructura del programa, como de percepción social, se detallan a continuación cada uno:

2.4.1. Recopilación de quince ediciones

La recopilación de quince ediciones se dio mediante el convenio obtenido con la radio HCJB, actual emisor del programa radiofónico Misión Revolución. La entrega se realizó al cabo de un mes, en forma semanal y en formato de reproducción MP3, en CD's.

Cada edición se desarrolla en tres momentos, debido a que el sistema de grabación de la radio lo realiza por horas de manera automática y el programa se desarrolla en tres horas continuas.

2.4.2. Monitoreo de ediciones

El monitoreo continuo de cada edición se estableció a manera de escaleta, permitiendo la ubicación de minutos y tiempo usado en cada segmento.

Los segmentos detallados en las matrices no forman parte de la información entregada por el realizador del programa, sino en base al estudio de compatibilidad entre ediciones. Se revisó de manera rápida cada segmento, destacando comas y pausas como uso gramatical continuo.

2.4.3. Escaleta o guión técnico registrado

La escaleta o guión técnico elaborado, se basa en la continuidad de uso en las ediciones investigadas. Cada segmento responde a un planteamiento congruente con la ficha técnica del programa, pero sirve como elemento de análisis frente a la respuesta del radioescucha.

No se toma en cuenta el guión presentado inicialmente, debido a la cantidad de variables presentadas. Los resultados se presentan en la sistematización de la estructura del programa.

2.4.4. Identificación de secciones, formatos y elementos del lenguaje

Las secciones, formatos y elementos del lenguaje obtenidos permiten la elaboración de comparaciones y posteriormente, la propuesta final. Misma que responderá a una estructura basada en los factores mencionados.

Cada dato obtenido se ubicó en una matriz de recolección de datos, planteada en el siguiente capítulo, no de manera general, sino por cada edición del programa. Se presenta en el análisis de formato, tipo de programa, contenido y tipo de audiencia.

2.4.5. Estructura según lo planteado y lo realizado

Se establece una congruencia entre los objetivos planteados por el realizador del programa y los resultados obtenidos del análisis, esperando proponer desde el marco

teórico, una estructura que competa a contenido, forma y sentido de emisión radiofónica. Presentando los resultados en matriz de comparación.

2.4.6. Características del mensaje

Se hace uso del estudio de percepción social, detallado en el siguiente ítem a manera de encuesta. Permitiendo la comparación de la codificación y decodificación del mensaje, obteniendo elementos útiles para la propuesta, planteados a manera de matrices de aplicación. Presentado en las funciones y características del discurso radiofónico del programa Misión Revolución.

2.5. Descripción de estudio de percepción social

Para el estudio de la percepción del radioescucha y valoración del grupo objetivo al que se alcanza con el programa radiofónico Misión Revolución, se realiza la aplicación de una encuesta digital. El método de obtención de información, permite que la gente que interactúa en la red social Facebook, perteneciente al programa, accedan a las respuestas y se concuerde con la aplicación de la muestra de investigación obtenida. Se busca indagar en nuevas características para difusión juvenil y se determinará la necesidad de un ajuste o nuevos lineamientos según la persona encuestada.

Para determinar mediante qué dispositivo se llega con la radiodifusión al oyente, cuántas horas, el cómo se interactúa o los gustos del radioescucha, se aplicó una encuesta dentro del fan page de Facebook, perteneciente al programa de radio, misma que posee dos ejes. Primero, la encuesta busca determinar elementos del lenguaje radiofónico, intereses e inclinaciones del radioescucha, que se mantienen en el rango de edad escrito en el plan de trabajo. Segundo, busca encontrar los elementos dentro del programa radial, de manera específica con características actuales de Misión Revolución.³

³ Revisar anexo 1. Modelo de encuesta aplicada

2.6. Toma e ingreso de datos y resultados

Una vez realizado el proceso de sistematización y análisis de datos, se plantean los resultados a manera de conclusiones. Esto en base a la interpretación de matrices de cada punto dentro del plan metodológico. Dando paso a la elaboración de la propuesta.

CAPÍTULO 3

SISTEMATIZACIÓN Y VALORACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA DE RESULTADOS OBTENIDOS

La sistematización definida como el proceso de categorización o clasificación de resultados, permite que el análisis se desarrolle dentro de la valoración cualitativa y cuantitativa, según sea necesario. Para realizar el proceso de análisis dentro del programa radiofónico Misión Revolución, se utilizó el contenido teórico, el monitoreo de quince emisiones del programa y la encuesta aplicada al grupo focal perteneciente al cálculo de muestra.

3.1. Datos de encuesta aplicada en muestra planteada

La encuesta aplicada fue de carácter digital para su fácil acceso, perteneciente a la página de elaboración de encuestas www.e-encuesta.com (2006-2014), donde se permite crear filtros que faciliten la obtención de resultados.

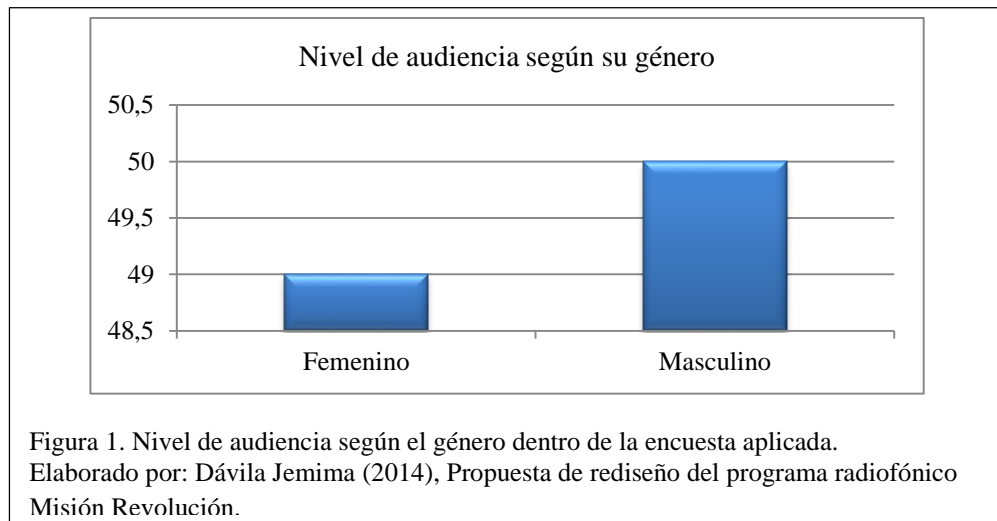
La muestra a la que se aplicó dicha encuesta, son parte del *Fan page* de Facebook, perteneciente al programa radiofónico Misión Revolución.

3.1.1. Demográfico

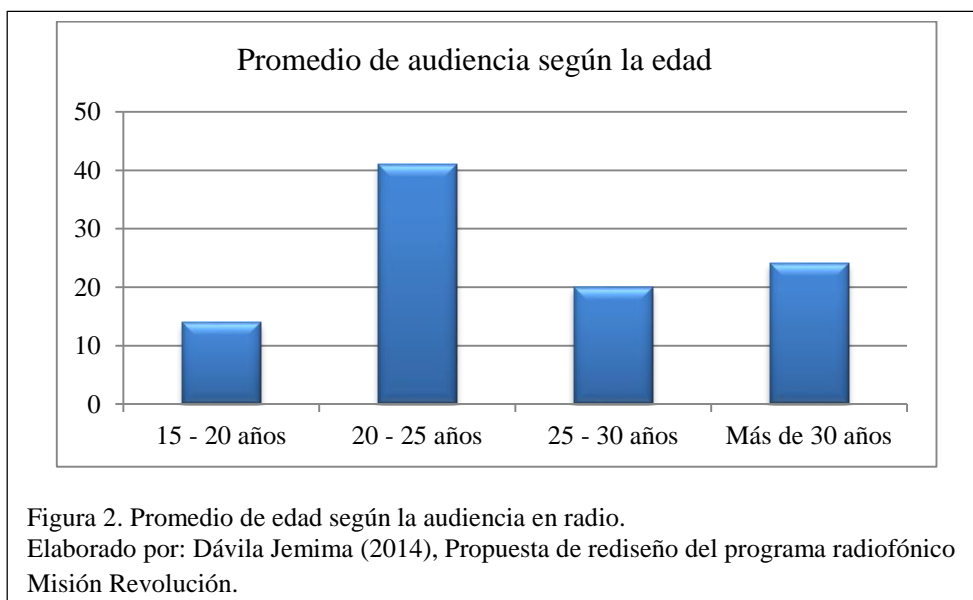
Una vez revisado el tema teórico y planteado la planificación metodológica, se realiza la encuesta digital a un total de 99 personas, cumple con el mínimo de 95 según el cálculo de la muestra, (Dávila, 2015, pág. 25).

A pesar de que el promedio de género masculino tiene mayor porcentaje, esto no conlleva más del 75% de audiencia, por lo que se debe mantener el nivel. La producción radiofónica se debe plantear de manera equitativa para que la retroalimentación tenga fluidez.

Los resultados se equilibran en un promedio de 49, 49% en género femenino y 50,51% masculino, como se muestra en el siguiente gráfico:



El estudio de la audiencia se centra en la edad, como eje principal. Tomando en cuenta que la edad conlleva características psicológicas y conductuales en las personas. Como se planteó en el diagnóstico (Dávila, 2015, págs. 1-2), según el impacto y la interactividad de la audiencia del programa radiofónico está entre 18 a 24 años de edad. El promedio, según la encuesta digital, tienden en mayor porcentaje de 20 a 25 años, con un total del 41, 42%. Esto corresponde al periodo joven – adulto.



El gráfico indica que se sigue el lineamiento planteado con el rango de edad mencionado en el párrafo anterior. Pero el objetivo del programa es alcanzar el rango de edad entre 15 a 25 años.

Para esto en la propuesta se tomará en cuenta horario según ese tipo de audiencia.

Tabla 5. Explicación del promedio de edad

	Respuestas total	Porcentaje
15 - 20 años	14	14,14%
20 - 25 años	41	41,42%
25 - 30 años	20	20,20%
Más de 30 años	24	24,24%
Total	99	

Fuente: elaborado por Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución.

Los valores expuestos permiten identificar que el menor porcentaje correspondiente a 14,14%, pertenece a la edad de 15 a 20 años. El rango en el que se propone el programa radiofónico Misión Revolución, para lo que se debe tomar en cuenta, contenido, uso de la narración y horario de emisión, como factores influyentes y el posterior estudio de alcance según la interactividad lograda.

3.1.2. Geográfico

El programa radiofónico Misión Revolución tiene como sede las instalaciones de la radio HCJB, la cual posee su ubicación en el centro norte de la ciudad de Quito, entre las calles Villalengua Oe 2-52 y Av. 10 de Agosto.

El sector con mayor porcentaje de radioescucha, según las encuestas es el norte de la ciudad con un total de 42 respuestas. Se sitúa a Quito como marco referencial, destinando un filtro dentro de la encuesta que permita los datos planteados.

Tabla 6. Promedio de audiencia geográfica

	Respuestas total	Porcentaje
Norte	42	43,30%
Centro	13	13,40%
Sur	24	24,74%
Periférico	18	18,56%

Fuente: elaborado por Dávila Jemima (2014),
Propuesta de rediseño del programa radiofónico
Misión Revolución.

Se debe tomar en cuenta que en la periferia se utiliza otros canales de recepción o convenios con radios, quienes transmiten en su frecuencia la señal de HCJB. Por lo que se sitúa la periferia de otras ciudades.

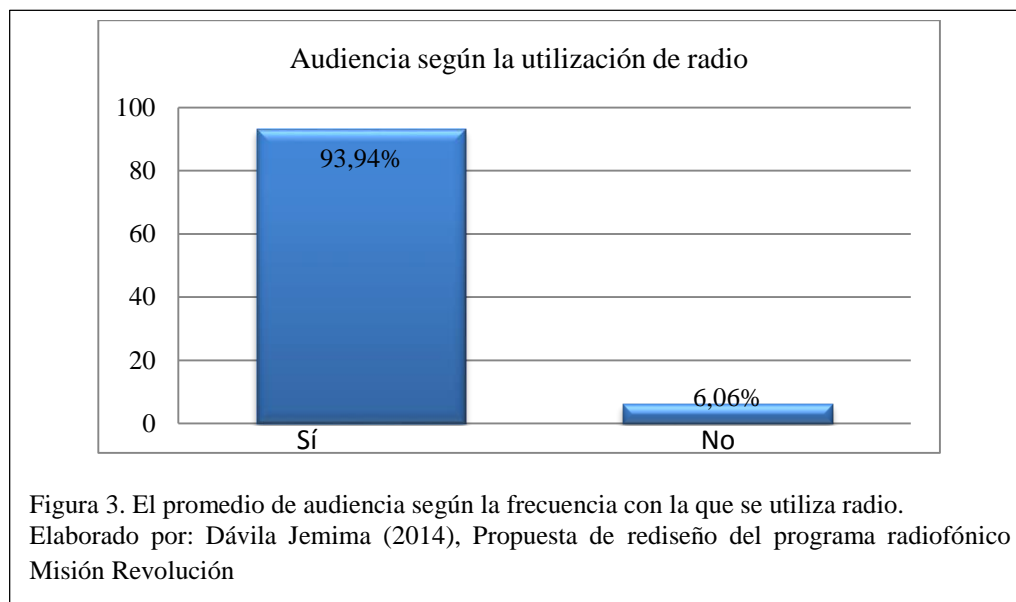
Los niveles expuestos solo plantean el alcance logrado en un promedio mínimo de 95 respuestas, dando como resultado que los espacios de cobertura mayor son: Norte con un 43,30% y Sur con 24,74%.

3.1.3. Psicológico - conductual

Se entiende como actitud psicológica conductual, al proceso de interpretaciones y actividades relacionadas de manera coherente por el sujeto estudiado.

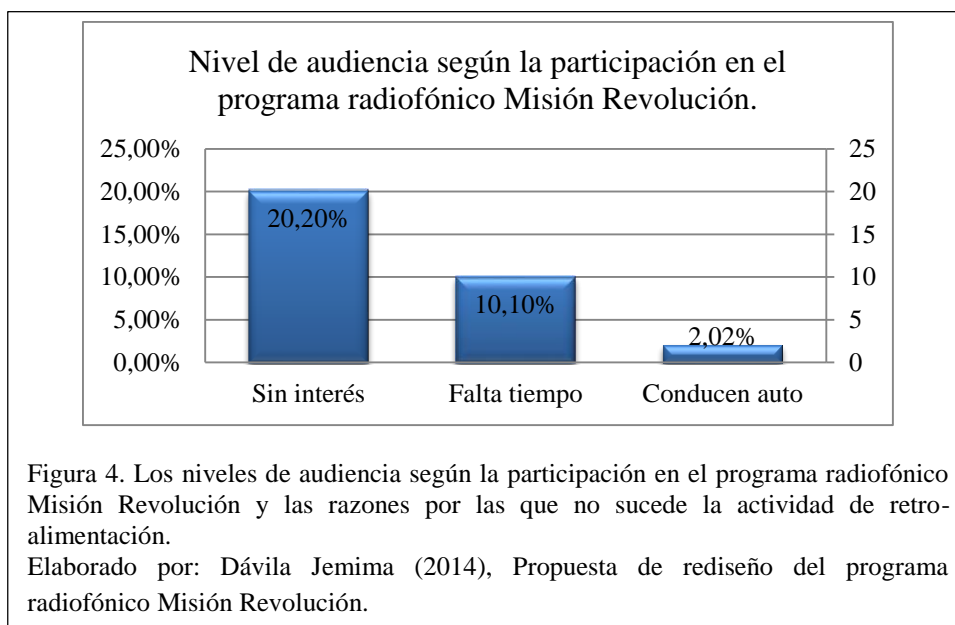
Los datos obtenidos según la encuesta digital aplicada se basan en la capacidad de percepción y decodificación del mensaje, esperando una respuesta ante el mismo. Pero, como se menciona en el capítulo uno, cada persona posee un tamiz de mediaciones para responder ante códigos recibidos.

Las personas que escuchan con frecuencia radio, están caracterizadas por poseer un receptor de señal. Este instrumento se puede ubicar en hogares, oficinas, celulares, autos, entre otros.

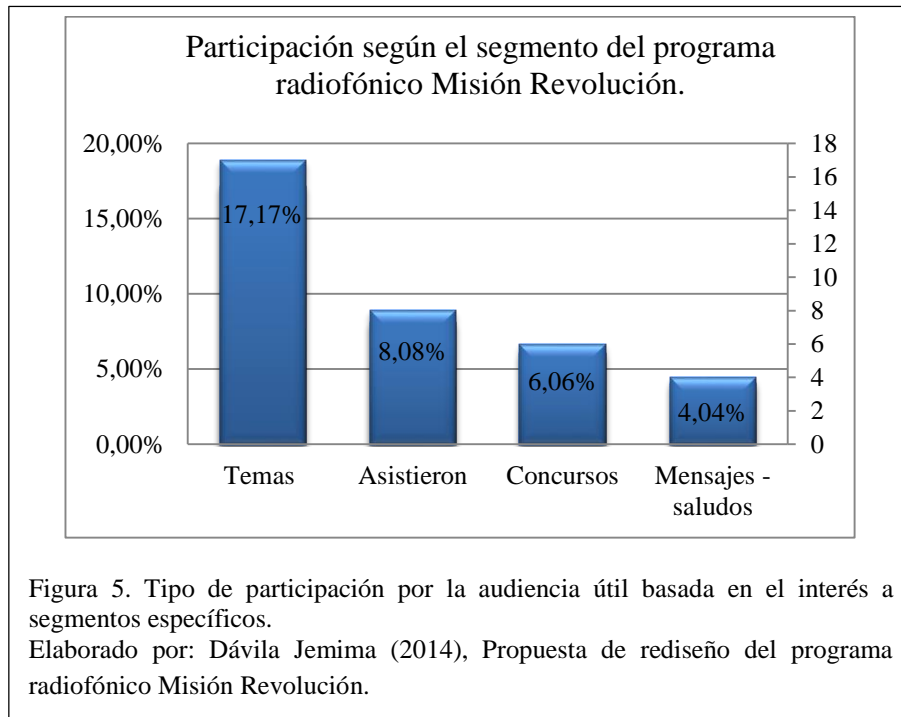


Del total de personas encuestadas, un promedio de 93, 94%, escuchan con más frecuencia, según se explica en el siguiente gráfico.

En cuanto a la participación dentro del programa, según los resultados la línea de tendencia se marca hacia el 20,20% de promedio de personas que no poseen interés personal en participar del programa radiofónico Misión Revolución, como se muestra en el siguiente gráfico:



El balance medio recae en la falta de tiempo de la audiencia ante participar del programa. Considerando que la interactividad, como comentarios, llamadas, participación de sorteos, envío de mensajes, entre otros, son las consideraciones para medir la tendencia. En cuanto, a la audiencia útil que realiza interacción con el programa, emite un resultado de 17, 17%, quienes opinan de manera recurrente sobre el tema tratado, argumentar o exponer dudas.



El uso de la palabra al exponer temas de interés juvenil posee mayor porcentaje (17, 17%,) debido a que la cercanía que posee el locutor con el radioescucha le atribuye sentido de pertenencia, según lo planteado en el marco teórico, (Dávila, 2015, pág. 9)

3.2. Audiencia, alcance y cobertura.

Según los datos anteriores, se establece que el marco de recepción posee distintos dispositivos multimedia y formatos en los que se recibe la señal del programa radiofónico analizado.

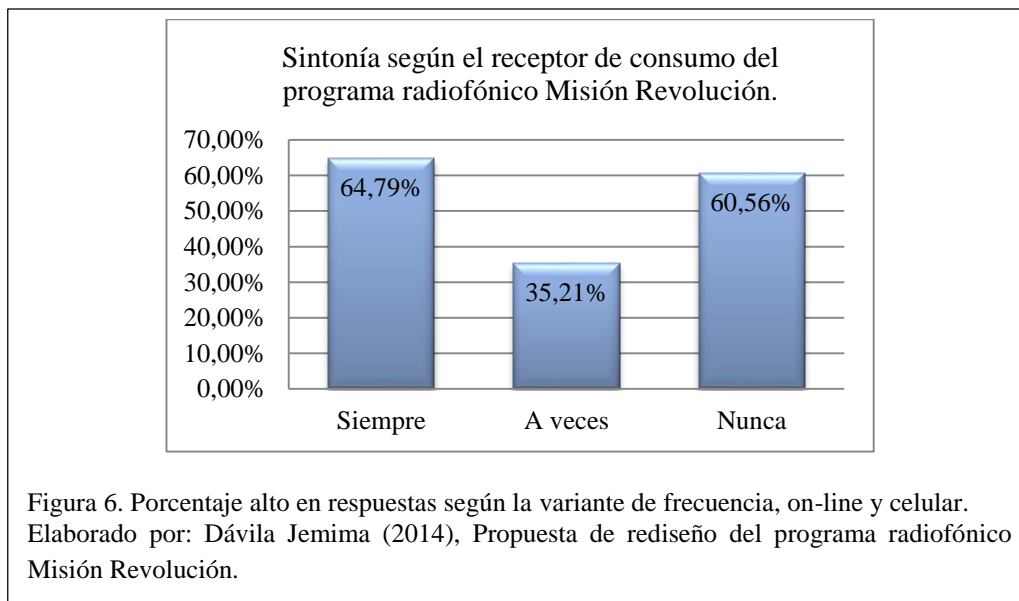
Tabla 7. Tipo de receptor de sintonía del programa radiofónico Misión Revolución

		Respuesta	Porcentaje
Frecuencia radial 89,3 FM	Siempre	46	64,79%
On-line www.radiohcjb.org	A veces	25	35,21%
Celular app (aplicación)	Nunca	43	60,56%

Nota: Promedio de audiencia según espacio de sintonía

Fuente: elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución.

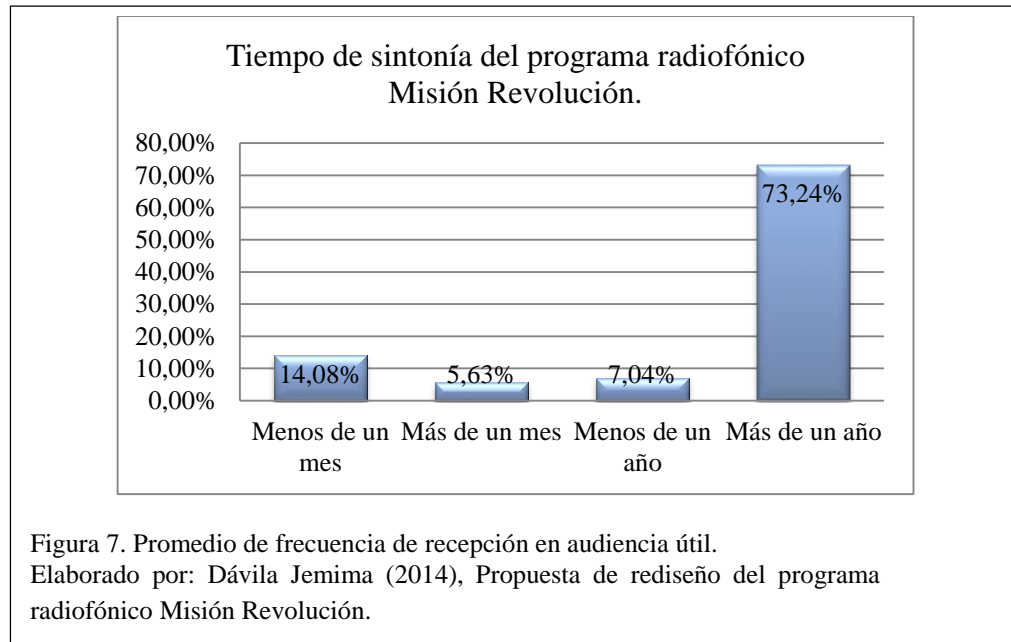
La opción utilizada para recibir la señal e iniciar el proceso de decodificación se da con mayor frecuencia en dial 89,3 FM con un porcentaje de 64,79% y en menor porcentaje mediante On-line (www.radiohcjb.org) en 35,21%.



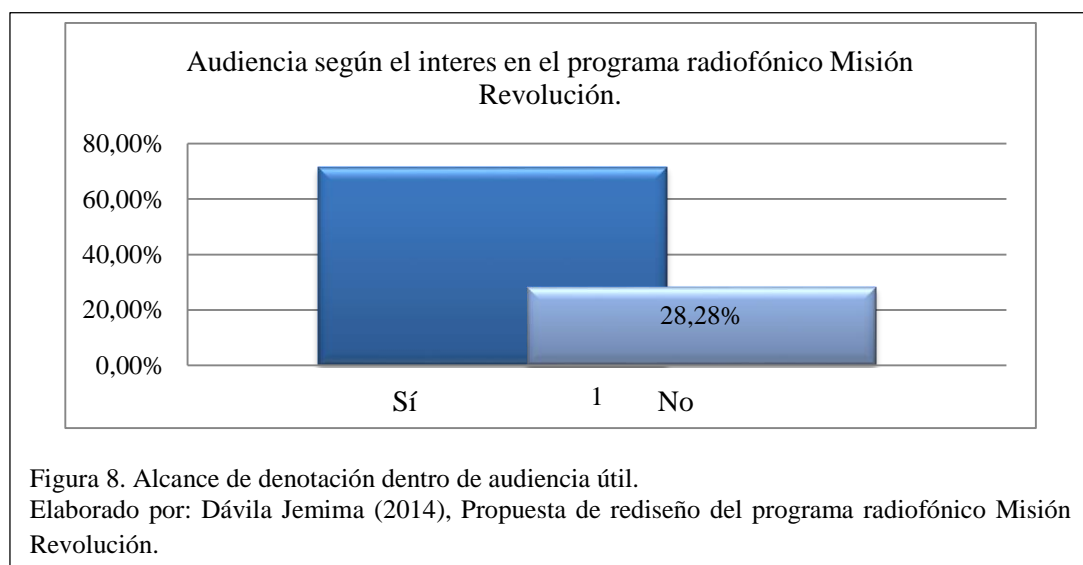
El tema de frecuencia en la audiencia útil, que son las personas a las que se dirige un determinado mensaje radiofónico, fuera de la interactividad de las mismas, recae en un porcentaje del 73,24%, con frecuencia de un año.

Pero, se debe tomar en cuenta que la cantidad mensual, de gente que se incluye al programa, aumenta. Este análisis debido al porcentaje que le sigue al conjunto de

respuestas, es de 14,08%, perteneciente a la frecuencia de recepción de menos de un mes.



En cuanto al alcance o *reach*, planteado como el número de personas u hogares expuestos a determinada radio o pauta publicitaria durante un periodo específico de tiempo, mencionado en el capítulo 1. El alcance del programa radiofónico Misión Revolución maneja un promedio de 71,72%, como se muestra en el siguiente gráfico:



La medición de alcance responde a la interactividad del receptor y la retroalimentación, respondiendo al mensaje emitido. Es decir, la necesidad de interactividad permite calcular el tipo de audiencia que decodifica el mensaje. La audiencia útil a la que se atribuye las respuestas, son quienes cumplen con esta característica. Se plantea que la interactividad se mide a través de comentarios, *likes*, compartir contenido y mensajes en interno.

3.3. Características de programación: comparación de sintonía según el horario

3.3.1. Datos obtenidos

Del total de encuestas realizadas, el rango de horario y periodo semanal en que se recibe la señal del programa varía según los días. De lunes a viernes es en promedio de 54,75%, en un horario de 07h00 – 12h00 y la baja es del 24,65%, en un horario de 12h00 – 15h00. Se detalla en las siguientes tablas tanto el promedio de recepción radial entre semana, como el detalle de cada día.

Tabla 8. Audiencia en el programa radiofónico Misión Revolución según horario

Promedio	07h00 - 12h00	54	54,75%
Lunes - Viernes	12h00 - 15h00	24	24,65%

Nota: Promedio general de resultados.

Elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución.

La tabla propone que el horario con mayor audiencia llega hasta el mediodía y según Delgado (2014), el rango de tiempo con mayor sintonía se encuentra entre las 06h00 a 12h00, de lunes a sábado. Pero según las edades, de “16 y 24 años de edad desde las 18h00 a más de 22h00 horas y a las edades entre 12 a 15 años de 12h00 a 15h59”. (págs. 120-123) De aquí que, una vez captada la atención del rango de edad entre 20 a 25 años, se tiene la hipótesis que al cambiar el horario de sintonía esperando alcanzar audiencia de menor de 20 años, se llegará al objetivo esperado.

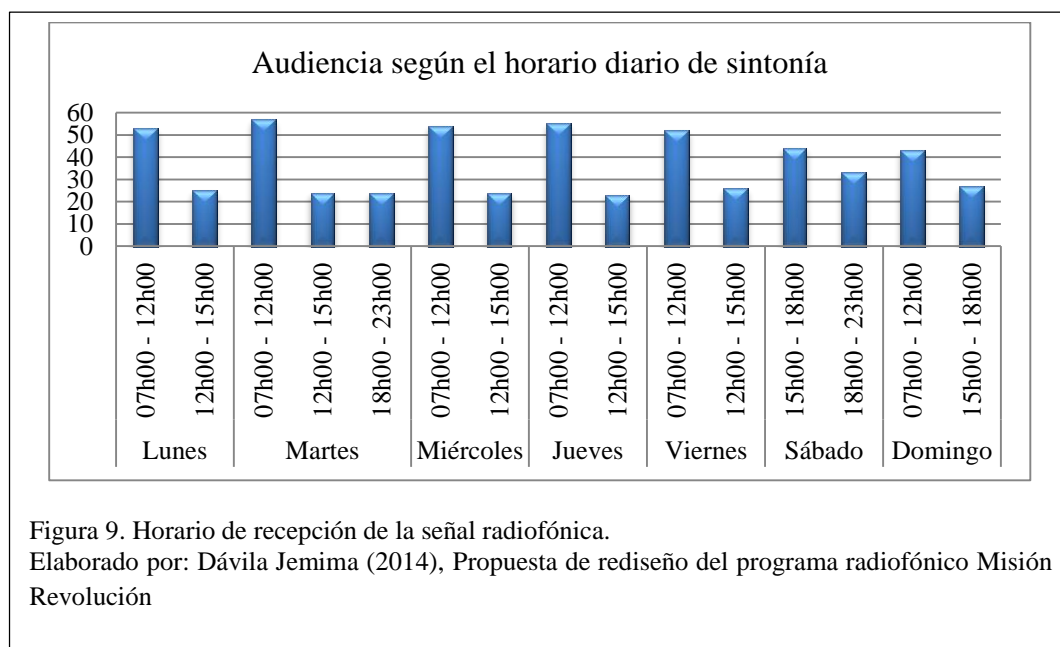
Tabla 9. Promedio de sintonía de radio según el horario diario.

Promedio diario		Respuesta	Porcentaje
Lunes	07h00 - 12h00	53	54,64%
	12h00 - 15h00	25	25,77%
Martes	07h00 - 12h00	57	58,76%
	12h00 - 15h00	24	24,74%
	18h00 - 23h00	24	24,74%
Miércoles	07h00 - 12h00	54	55,67%
	12h00 - 15h00	24	24,74%
Jueves	07h00 - 12h00	55	56,70%
	12h00 - 15h00	23	23,71%
Viernes	07h00 - 12h00	52	53,61%
	12h00 - 15h00	26	26,80%
Sábado	15h00 - 18h00	44	45,36%
	18h00 - 23h00	33	34,02%

Nota: Promedio alto de sintonía de radio según el horario entre semana.

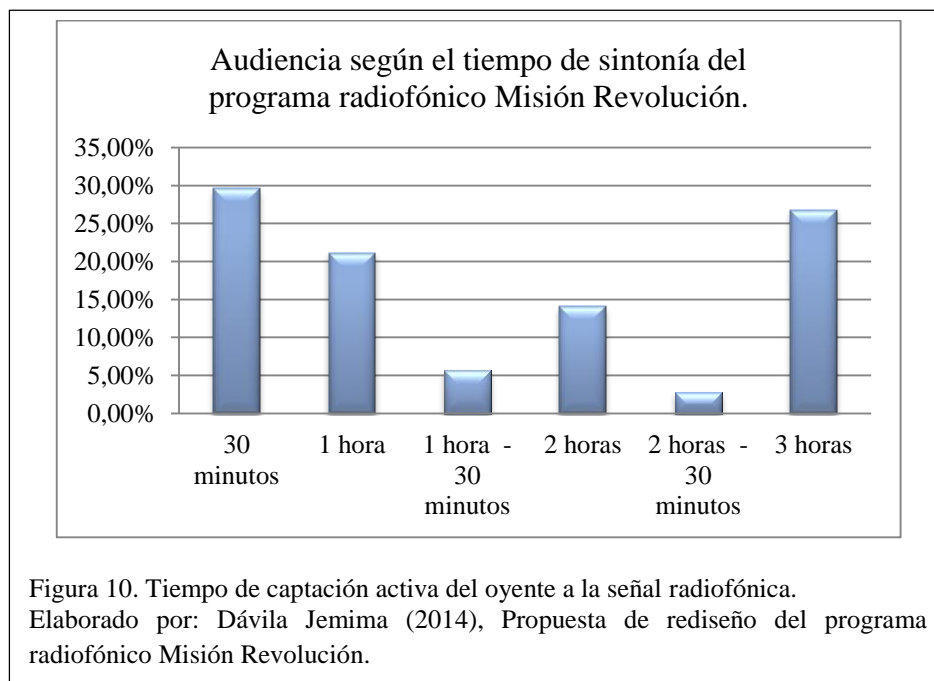
Elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución.

Lo expuesto en la tabla se detalla en la siguiente figura:



En el horario, en que se transmite el programa radiofónico un total de 44 personas, es decir, 45,36% sintonizan de 15h00 – 18h00 en sábado. El menor porcentaje en el mismo día, es de 34,02% en horario de 18h00 – 23h00.

Los datos mencionados permiten comparar la actividad en cuanto a lo mencionado en el marco teórico, que la capacidad para atender el mensaje por parte del oyente, es 15 a 20 minutos presencial, el resto solo cumple un papel de sonido. Es decir, el joven presta atención en ese rango de tiempo y el resto se dedica a otras actividades. Como se muestra en la siguiente figura:



La figura demuestra que la atención práctica en audiencia juvenil llega a 30 minutos con un porcentaje de 29,58%. Contribuyendo a lo planteado en el marco teórico, (Dávila, 2015, pág. 3) planteando que la idea principal del tema tratado dentro del programa radiofónico debe emitirse en los 30 minutos distribuidos a lo largo del programa.

3.3.2. Comparación con programas en el mismo horario

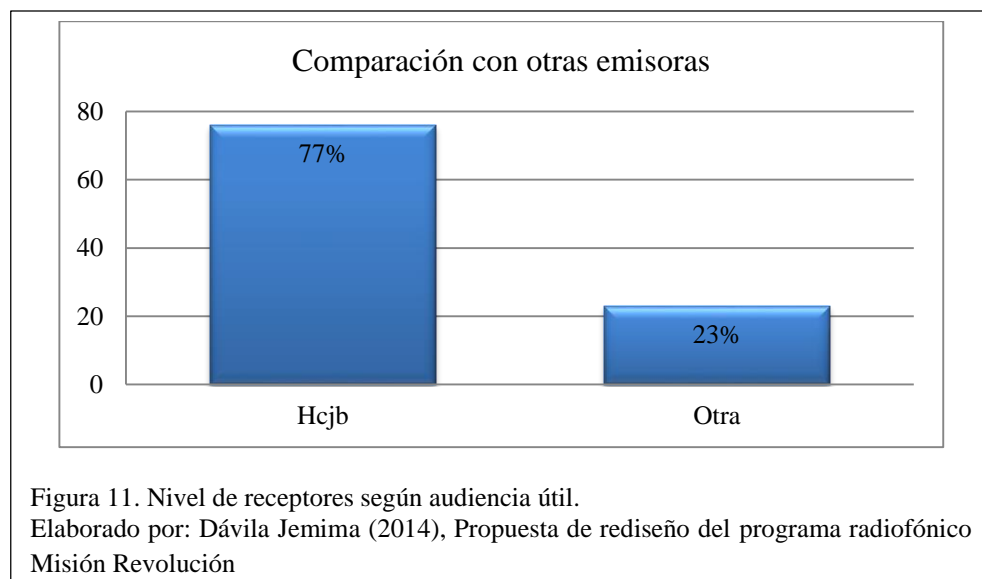
Las radios mencionadas en la encuesta, que poseen un enfoque similar a Misión Revolución, son: RQP, Radio Canela, Radio Metro. Las razones por las que se

sintonizan dichas radios, dependen del programa y horario, en su mayoría entre semana y de 07h00 a 12h00. La programación detallada en chistes o comedia, música y horario, permiten una cercanía.

En el caso de RQP, mantienen una página web con la dirección <http://rqp.com.ec/>, se sintoniza en frecuencia 97.3 FM en Pichincha. Su principal objetivo es el entretenimiento, por lo que su eslogan es “pura música las 24 horas”.

Radio Canela, con frecuencia 106.5 FM, página web: <http://www.canelaradio.com/>. Su principal objetivo es la información social, cultural, política y entretenimiento como humor y música, con programas como A filo de cama, Radiación temprana, Canela dj, emitidos de lunes a viernes en horario de 07h00 a 12h00. El sábado en el horario de emisión del programa Misión Revolución, se encuentra música.

Radio Metro, con frecuencia 88.5 FM, dirección web: <http://www.lametro.com.ec/>. Tiene como objetivo la transmisión de programas de recreación musical e información social, cultural, política y religiosa. La programación efectuada, se basa en emisión de música, como género pop, rock clásico, rock, rap, electrónica, entre otros. Los días sábado posee emisión de música dentro del horario en que se produce el programa radiofónico Misión Revolución.



La figura detalla la tendencia hacia el tipo de programa en una radio específica.

El promedio de personas encuestadas el 77% tiene un interés mayor en sintonizar HCJB y un 23% poseen otra frecuencia, pero esto debido al estilo de música y entretenimiento que busca el oyente.

En síntesis, las características de las emisoras mencionadas poseen audiencia debido al interés presentado de lunes a viernes. Pero, el día sábado donde se desarrolla el programa de Misión Revolución, no existe mayor actividad en otros espacios, debido al estudio realizado, según Delgado (2014, pág. 118), donde detalla que los fines de semana se posee un pico alto de concurrencia entre las 10h00 y 12h00, con un 41% de sintonía en edades entre 12 a 24 años.

3.4. Análisis de formato, tipo de programa, contenido y tipo de audiencia

El formato establecido para la realización del programa se basa en el tema religioso de dar a conocer a Jesús. El tipo de programa es juvenil y tanto contenido como audiencia, se describen en los siguientes ítems, según el monitoreo realizado a quince emisiones entre el periodo de enero a noviembre de 2015.

3.4.1. Características de formato, tipo de programa según el análisis. Matriz de programación.

Dentro de la siguiente matriz se plantea el formato usado como: charla – comentario, musical, opinión y entrevistas. La estructura es variante debido a la ausencia de guión, conocido como guión libre, mencionado en el marco teórico.

Tabla 10. Análisis de monitoreo del programa radiofónico Misión Revolución. Edición 1.

P.	Contenidos de las secciones o segmentos		Géneros y formatos	Elementos del lenguaje			
	Secciones o segmentos	Estructura		Voz	Música	Sonidos	Pausas
P.1	Inicio - introducción	Saludo inicial	Charla – comentario	1 Loc.	Careta; fondo; canciones		Gramaticales
	Música	Grupo de 1 a 3 canciones (Electrónica, pop-rock, reggaetón)	Musical		Ráfaga		Gramaticales
	Tema central: Una iglesia de poder (07-06)	Introducción y cuestionario	Charla, opinión y entrevistas	2 Loc. Y entrevistado o invitados	Fondo musical; canciones		Gramaticales
	Entrevista	Cuestionario	Entrevista personalizada	1 Loc. Y entrevistado o invitados	Ráfaga; fondo; canciones		Gramaticales
	Mensajes - comentarios	Lectura parlamento	Opinión, charla y entrevistas	2 loc. e invitados	Ráfaga; fondo; canciones		Gramaticales
	Cierre - final	Conclusiones, recomendaciones y pie	Charla – comentario	1 Loc.	Sintonía; fondo; canciones		Gramaticales

Elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución

Tabla 11. Análisis de monitoreo del programa radiofónico Misión Revolución. Edición 2.

P.2	Inicio - introducción	Saludo inicial	Charla – comentario	1 Loc.	Careta; fondo; canciones		Gramaticales
	Música	Grupo de 1 a 3 canciones (Electrónica, pop-rock, reggaetón)	Musical		Ráfaga		Gramaticales
	Tema central: La soltería (14-06)	Introducción y cuestionario	Charla, opinión y entrevistas	2 Loc. Y entrevistado o invitados	Fondo musical; canciones		Gramaticales
	Entrevista	Cuestionario	Entrevista personalizada	1 Loc. Y entrevistado o invitados	Ráfaga; fondo; canciones		Gramaticales
	Publicidad	Lectura parlamento	Cuña	1 Loc.	Ráfaga; fondo; canciones		Gramaticales
	Mensajes - comentarios	Lectura parlamento	Opinión, charla y entrevistas	2 loc. e invitados	Ráfaga; fondo; canciones		Gramaticales
	Cierre - final	Conclusiones, recomendaciones y pie	Charla – comentario	1 Loc.	Sintonía; fondo; canciones		Gramaticales

Elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución

Tabla 12. Análisis de monitoreo del programa radiofónico Misión Revolución. Edición 3

P.3	Inicio - introducción	Saludo inicial	Charla – comentario	1 Loc.	Careta; fondo; canciones		Gramaticales
	Música	Grupo de 1 a 3 canciones (Electrónica, pop-rock, reggaetón)	Musical		Ráfaga		Gramaticales
	Tema central: Todo es nuevo (21-06)	Introducción y cuestionario	Charla, opinión y entrevistas	2 Loc. Y entrevistado o invitados	Fondo musical; canciones		Gramaticales
	Entrevista	Cuestionario	Entrevista personalizada	1 Loc. Y entrevistado o invitados	Ráfaga; fondo; canciones		Gramaticales
	Mensajes - comentarios	Lectura parlamento	Opinión, charla y entrevistas	2 loc. e invitados	Ráfaga; fondo; canciones		Gramaticales
	Cierre - final	Conclusiones, recomendaciones y pie	Charla – comentario	1 Loc.	Sintonía; fondo; canciones		Gramaticales

Elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución

Se detalla el análisis por tres programas del total de monitoreo, para tener como referencia del estudio realizado y de la variación que se presenta. La matriz consta de tres ejes: contenidos de secciones, géneros y formatos y elementos del lenguaje, usados en los siguientes ítems para análisis.

Según la división que realiza Mario Kaplún (2008, pág. 1), en el análisis realizado se constata que el programa radiofónico Misión Revolución es de tipo informativo, debido a las entrevistas, reportajes, debates y además, pertenece al tipo de entretenimiento por la presencia musical. La participación con llamadas de los oyentes, es un adicional variante según la emisión del programa.

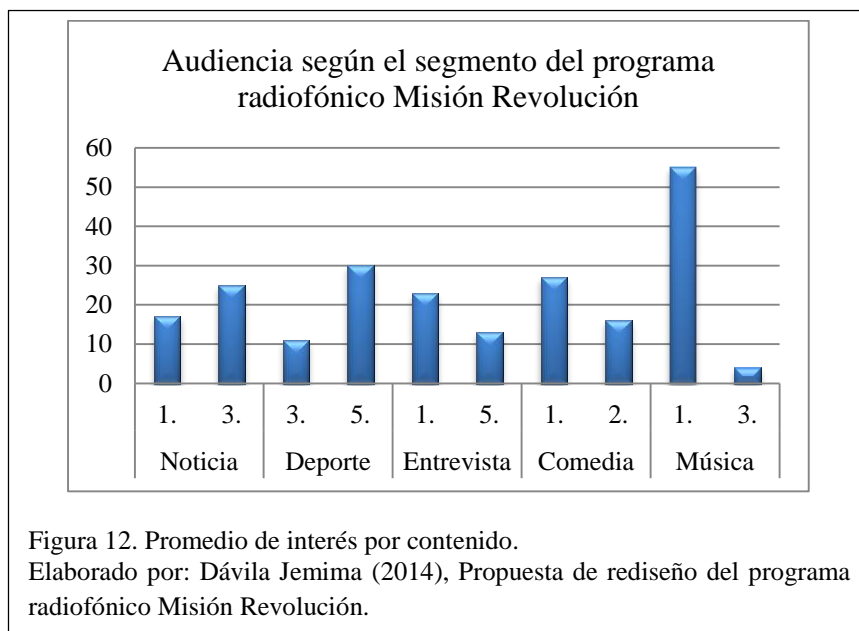
La matriz utilizada permite sintetizar el uso de elementos radiofónicos y resolviendo que la aplicación de los sonidos existe, pero al momento de monitoreo estos están insertos en segmentos o música de forma simultánea. Entonces, sin un respaldo de guión de listado no se puede identificar la concurrencia y característica.

Cada sonido es un identificativo del programa situándolo como estrategia de comunicación dentro de la propuesta.

3.5. Características de programación y contenido según la sistematización de encuestas

3.5.1. Análisis de resultados según las encuestas

Dentro de los resultados obtenidos, programas de entrevistas, comedia y música tienen en escala del 1 al 5, el rango más alto variando los porcentajes entre 23,71%, 27,84% y 56,70% respectivamente. En cuanto a noticia y deporte, están en escala media y baja con un porcentaje de 25% y 30% respectivamente.



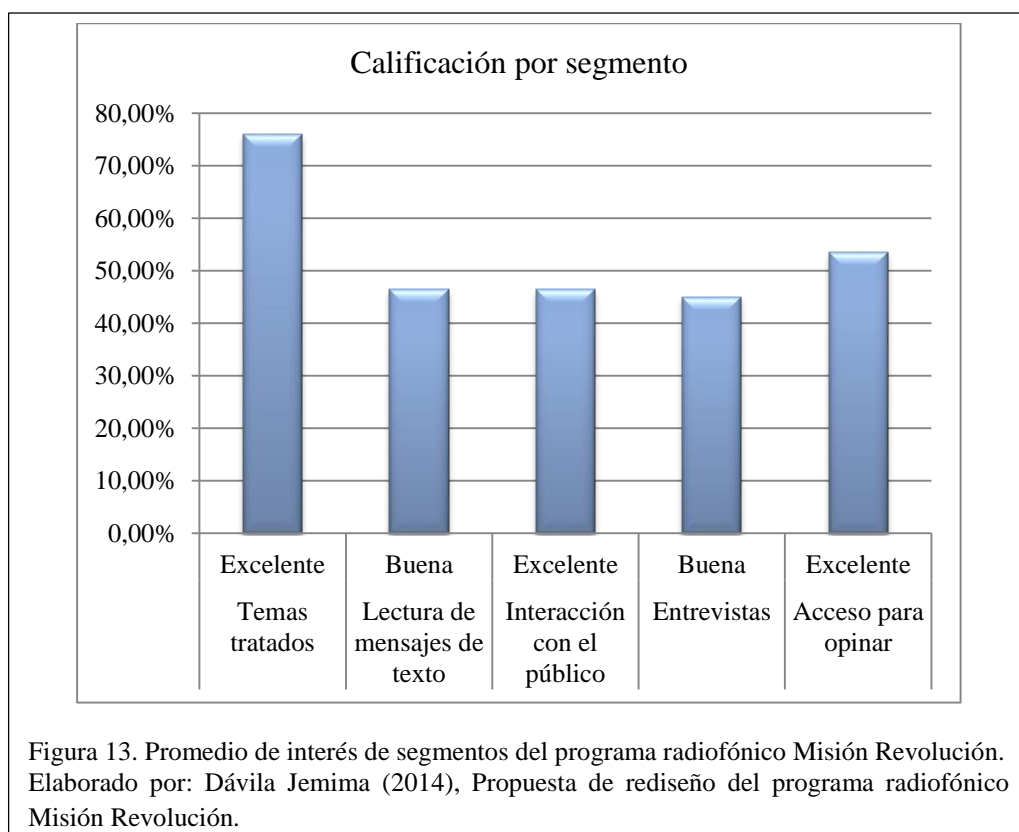
Los niveles de programación que busca el radioescucha, según las encuestas realizadas, tiene una tendencia mayor hacia la música como se menciona anteriormente, y a su vez, se apega a programas con contenido, primero variado con 39, 80% y segundo, ciencia – tecnología 27,55%, comedia – humor 26,53%, noticias 23,47%, salud – sexualidad 21, 43%. Dentro de niveles inferiores como 2 o 7, se encuentra el deporte con 19, 39% y farándula con 28, 57%, respectivamente.

Tabla 13. Promedio de interés al tipo de programa radiofónico

	Nivel	Porcentaje
Variado	1.	39,80%
Ciencia y tecnología	1.	27,55%
Comedia y humor	1.	26,53%
Noticias	1.	23,47%
Salud y sexualidad	1.	21,43%
Deporte	2.	19,39%
Farándula	7.	28,57%

Elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución

La calificación entonces, a los temas tratados es de excelente con un porcentaje de 76,06%, al igual que la interacción con el público en un porcentaje de 46,48% y el acceso para opinar con un 53,52%. En el caso del programa Misión Revolución el fuerte es el contenido que se emite a manera de tema central.



Los temas tratados al igual que el acceso a opinar, son parte la interacción que se plantea tener. El uso de la narración y expresiones dentro del contenido hacen que la opinión de la audiencia se dirija hacia el resultado obtenido.

Como se planteó, un programa radiofónico con la presencia de la palabra y música complementa la expectativa del radioescucha.

3.5.2. Matriz de comparación de características, según la Ley Orgánica de Comunicación

El contenido propuesto por la Ley Orgánica de Comunicación (SUPERCOR, 2013, pág. 52). Permite identificar el programa radiofónico Misión Revolución, como I, O, F, E, P. Siglas que pertenecen a informativo, de opinión, formativo/educativo, entretenimiento y publicitario.

A continuación se presenta la matriz de comparación, donde se sintetizan las características del programa y los planteamientos de la Ley Orgánica de

Comunicación, permitiendo la sistematización de información y comprensión de la estructura del mismo.

Tabla 14. Matriz de características del programa radiofónico Misión Revolución

Tipo de contenido	Tipo de audiencia	Tipo de usuario
Informativos: I	Familiar Horario de 06h00 a 18h00 Programación tipo “A”, apta para todo público	Usuario pasivo: oyente que sólo escucha o recibe el mensaje. Usuario activo: oyente que escucha el programa y participa. Usuario interactivo: oyente consume y maneja herramientas propias de internet.
De opinión: O		
Formativos/educativos: F		
Entretenimiento: E		
Publicitarios: P		

Elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución

La matriz de características del programa radiofónico plantea datos como informativo, de opinión, formativo, educativo, entretenimiento, publicitario.

Con formato familiar y tipo de audiencia “A” es decir, apto para todo público. Que maneja tres tipos de usuarios: pasivo, activo e interactivo. Donde el primero solo recibe la señal, el segundo participa con mensaje o comentarios, y el tercero mantiene relación constante con el programa, la página web y redes sociales.

3.6. Sistematización de la estructura del programa

En el monitoreo realizado a quince programas se puede constatar los segmentos y desarrollo de los mismos en tiempo variante, debido a la inexistencia de un guión o guión libre, mencionado anteriormente.

La presencia de los segmentos dependen de la asistencia de entrevistados o desarrollo del tema del día. Se pudo evidenciar los elementos del lenguaje radiofónico, además de la connotación usada dentro de la emisión.

3.6.1. Guión técnico del programa: escaleta con segmentos y tiempo.

Se entiende que dentro del guión libre, la presencia de segmentos dependerá del desarrollo continuo del programa por lo que dentro del análisis se los ha dividido en tres.

- Segmentos constantes, que se encuentran presentes en cada emisión del programa variando el uso del tiempo y ubicación.
- Segmentos variantes, presentes en programas cuyos entrevistados asistan o se ubique de manera oportuna.
- Segmentos publicitarios, se basan en publicidad pagada por la radio a la que pertenece el programa, en ese caso son cuñas publicitarias, donde se emite una pieza sonora de corta duración que anuncia un producto o marca, está diferenciada del resto de la programación y lleva su propia música y eslogan.

Segmentos constantes:

- Introducción: palabra, efectos de sonido y música.
- Música: efectos de sonido y música.
- Tema central: palabra, efectos de sonido y música.
- Mensajes y comentarios: palabra, efectos de sonido y música.
- Finalización: palabra, efectos de sonido y música.

Segmentos variantes:

- Parejas: palabra y música.

- Entrevista: palabra y música.

Se realizó un análisis de un total de quince emisiones del programa y a continuación se presenta la escaleta manejada en cada uno de ellos, pero como ejemplar de tres emisiones, correspondientes a los meses de junio, julio y agosto, a fin de constatar su estudio.

Tabla 15. Escaleta del programa radiofónico Misión Revolución. Edición 3.

P. 3	21/06/2014	Tiempo total	Tipo parcial
Segmentos			0:00:00
Inicio	(Flash sonoro)	0:00:05	0:00:05
	Indicativo	0:00:50	0:00:45
	Locución	0:02:55	0:02:05
	Cortinilla	0:03:00	0:00:05
Música	Puente + música	0:09:55	0:06:55
Tema central	Entradilla	0:10:11	0:00:16
	Locución + colchón musical (Tema: Todo es nuevo)	0:14:55	0:04:44
Música	Puente + música	0:24:55	0:10:00
Tema central	Entradilla	0:24:57	0:00:02
	Locución+ colchón musical	0:44:15	0:19:18
Música	Puente + música	0:52:25	0:08:10
Tema central	Entradilla	0:52:30	0:00:05
	Locución+ colchón musical	1:03:25	0:10:55
Mensajes - comentarios	Entradilla	1:03:35	0:00:10
	Locución	1:08:40	0:05:05
Entrevista	Locución	1:23:25	0:14:45
Música	Puente + música	1:30:25	0:07:00
Tema central	Entradilla	1:31:30	0:01:05
	Locución+ colchón musical	1:46:05	0:14:35
Música	Puente + música	1:53:45	0:07:40
Entrevista	Entradilla	1:53:55	0:00:10
	Locución	1:56:05	0:02:10
	Indicativo	1:58:55	0:02:50
Música	Puente + música	2:02:15	0:03:20
Entrevista	Entradilla	2:02:20	0:00:05
	Locución	2:08:00	0:05:40
Música	Puente + música	2:10:05	0:02:05
Mensajes - comentarios	Entradilla	2:10:15	0:00:10
	Locución	2:13:40	0:03:25
Música	Puente + música	2:17:25	0:03:45

Tema central	Entradilla	2:17:30	0:00:05
	Locución+ colchón musical	2:25:45	0:08:15
Música	Puente + música	2:32:55	0:07:10
Entrevista	Entradilla	2:33:05	0:00:10
	Locución	2:48:35	0:15:30
Música	Puente + música	2:52:00	0:03:25
Mensajes - comentarios	Entradilla	2:53:10	0:01:10
	Locución	2:58:55	0:05:45
Cierre	Locución (conclusiones – agradecimiento)	2:59:50	0:00:55
	Créditos	2:59:59	0:00:09
Identificación	Sintonía (Identificación HCJB – flash sonoro)	3:00:39	0:00:40

Elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución

Tabla 16. Escaleta del programa radiofónico Misión Revolución. Edición 6.

P.6	19/07/2014	Tiempo total	Tipo parcial
Segmentos			0:00:00
Inicio	(Flash sonoro) Indicativo	0:01:05	0:01:05
	Locución	0:02:53	0:01:48
	Cortinilla	0:02:58	0:00:05
	Locución + colchón musical (Tema: Cómo saber si hacemos bien o mal)	0:03:57	0:00:59
Música	Puente + música	0:15:35	0:11:38
Tema central	Entradilla	0:15:50	0:00:15
	Locución+ colchón musical	0:21:55	0:06:05
Música	Entradilla	0:21:57	0:00:02
	Música	0:32:05	0:10:08
Tema central	Entradilla	0:32:13	0:00:08
	Locución + colchón musical	0:41:45	0:09:32
Música	Puente + música	0:48:40	0:06:55
	Entradilla	0:48:49	0:00:09
	Música	0:53:00	0:04:11
Mensajes - comentarios	Entradilla	0:53:45	0:00:45
	Locución	0:56:25	0:02:40
Tema central	Cortinilla	0:56:30	0:00:05
	Locución + colchón musical	1:16:20	0:19:50
Música	Puente + música	1:23:30	0:07:10
	Cortinilla	1:23:37	0:00:07

Publicidad	Inicio de espacio publicitario	1:24:00	0:00:23
	Cuña	1:24:10	0:00:10
	Fin de espacio publicitario	1:24:15	0:00:05
Mensajes - comentarios	Entradilla	1:24:35	0:00:20
	Locución	1:24:50	0:00:15
Tema central	Locución + colchón musical	1:36:20	0:11:30
Música	Entradilla	1:36:26	0:00:06
	Música	1:46:45	0:10:19
Tema central	Entradilla	1:46:55	0:00:10
	Locución + colchón musical	1:54:04	0:07:09
Música	Puente + música	2:02:10	0:08:06
	Entradilla	2:02:23	0:00:13
	Música	2:05:35	0:03:12
Publicidad	Inicio de espacio publicitario	2:05:39	0:00:04
	Cuña	2:06:15	0:00:36
	Fin de espacio publicitario	2:06:20	0:00:05
Tema central	Entradilla	2:06:22	0:00:02
	Locución + colchón musical	2:11:20	0:04:58
	Cortinilla	2:11:40	0:00:20
Mensajes - comentarios	Entradilla	2:12:00	0:00:20
	Locución	2:15:35	0:03:35
Música	Puente + música	2:18:45	0:03:10
	Entradilla	2:18:54	0:00:09
Mensajes - comentarios	Locución	2:24:00	0:05:06
	Indicativo	2:24:10	0:00:10
Música	Puente + música	2:30:45	0:06:35
	Entradilla	2:31:00	0:00:15
Tema central	Locución + colchón musical	2:37:30	0:06:30
Música	Puente + música	2:38:30	0:01:00
	Entradilla	2:38:35	0:00:05
	Música	2:44:35	0:06:00
Tema central	Entradilla	2:44:40	0:00:05
	Locución + colchón musical	2:50:30	0:05:50
Música	Puente + música	2:57:40	0:07:10
Cierre	Locución (conclusiones – agradecimiento)	2:59:50	0:02:10
	Créditos	2:59:55	0:00:05
Identificación	Puente	2:59:59	0:00:04
	Sintonía (Identificación HCJB – flash sonoro)	3:00:39	0:00:40

Elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución

Tabla 17. Escaleta del programa radiofónico Misión Revolución. Edición 11.

P.11	23/08/2014	Tiempo total	Tipo parcial
Segmentos			0:00:00
Inicio	(Flash sonoro) Indicativo	0:01:05	0:01:05
	Locución	0:02:53	0:01:48
	Cortinilla	0:02:58	0:00:05
	Locución + colchón musical (Tema: Relación con Dios)	0:03:57	0:00:59
Música	Puente + música	0:15:35	0:11:38
Tema central	Entradilla	0:15:50	0:00:15
	Locución+ colchón musical	0:21:55	0:06:05
Música	Entradilla	0:21:57	0:00:02
	Música	0:32:05	0:10:08
Tema central	Entradilla	0:32:13	0:00:08
	Locución + colchón musical	0:41:45	0:09:32
Música	Puente + música	0:48:40	0:06:55
	Entradilla	0:48:49	0:00:09
	Música	0:53:00	0:04:11
Mensajes - comentarios	Entradilla	0:53:45	0:00:45
	Locución	0:56:25	0:02:40
Tema central	Cortinilla	0:56:30	0:00:05
	Locución + colchón musical	1:16:20	0:19:50
Música	Puente + música	1:23:30	0:07:10
	Indicativo	1:23:37	0:00:07
Mensajes - comentarios	Entradilla	1:24:35	0:00:58
	Locución	1:24:50	0:00:15
Tema central	Locución + colchón musical	1:36:20	0:11:30
Música	Entradilla	1:36:26	0:00:06
	Música	1:46:45	0:10:19
Tema central	Entradilla	1:46:55	0:00:10
	Locución + colchón musical	1:54:04	0:07:09
Música	Puente + música	2:02:10	0:08:06
	Entradilla	2:02:23	0:00:13
	Música	2:05:35	0:03:12
Tema central	Entradilla	2:06:02	0:00:27
	Locución + colchón musical	2:11:20	0:05:18
	Indicativo	2:11:40	0:00:20
Mensajes - comentarios	Entradilla	2:12:00	0:00:20
	Locución	2:15:35	0:03:35
Música	Puente + música	2:18:45	0:03:10
	Entradilla	2:18:54	0:00:09

Mensajes - comentarios	Locución	2:24:00	0:05:06
	Indicativo	2:24:10	0:00:10
Música	Puente + música	2:30:45	0:06:35
	Entradilla	2:31:00	0:00:15
Tema central	Locución + colchón musical	2:37:30	0:06:30
Música	Puente + música	2:38:30	0:01:00
	Entradilla	2:38:35	0:00:05
	Música	2:44:35	0:06:00
Tema central	Entradilla	2:44:40	0:00:05
	Locución + colchón musical	2:50:30	0:05:50
Música	Puente + música	2:57:40	0:07:10
Cierre	Locución (conclusiones – agradecimiento)	2:59:50	0:02:10
	Créditos	2:59:55	0:00:05
Identificación	Puente	2:59:59	0:00:04
	Sintonía (Identificación HCJB – flash sonoro)	3:00:39	0:00:40

Elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución

El tiempo total corresponde al recorrido de la emisión en las tres horas de programa y el tiempo parcial, la cantidad de tiempo invertida en cada segmento y elemento radiofónico.

Según el programa los segmentos varían entre entrevistas, música en vivo, mensajes, tema central, música, saludo y cierre. Sin un orden o connotación específica.

3.6.2. Lenguaje radiofónico utilizado y decodificado por el receptor.

Los elementos obtenidos del análisis anterior, permiten tener un porcentaje promedio de la inversión de tiempo en cada uno.

A manera de tabla se presentan los valores correspondientes a la realización del programa. Los porcentajes se reparten entre locución con 1 hora 24 minutos y música considerada en 1 hora 17 minutos.

El tiempo restante se reparte según las necesidades, frecuencia o narrativa.

Tabla 18. Tiempo utilizado en segmentos del programa radiofónico Misión Revolución.

Entrevista	0:12:42
Publicidad	0:00:15
Indicativos- sintonías	0:03:01
Locución	1:23:52
Música	1:16:53
Cortinas	0:03:54
Tiempo invertido	3:00:36

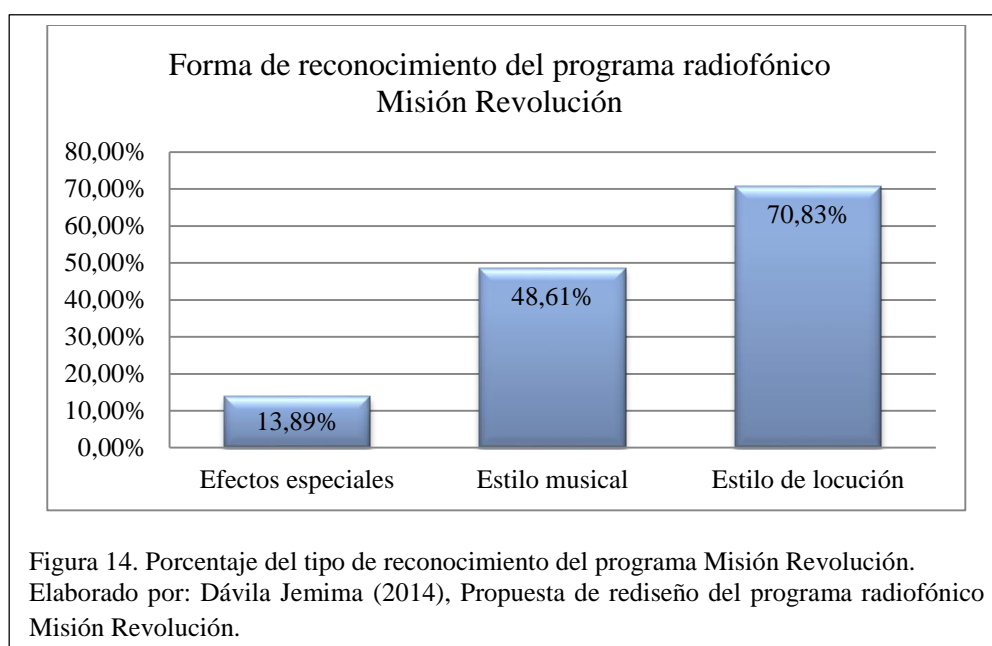
Nota: Promedio tiempo invertido en la estructura del programa radiofónico.

Elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución

Los valores expuestos sirven de dato importante al momento de plantear la propuesta, meta de la investigación.

3.6.3. La palabra

Según el análisis, los segmentos se enfocan hacia un 75% de palabra hablada y un 25% de música completa. Sin embargo el uso de diferentes funciones de la música, permite el dinamismo de la transmisión. La figura demuestra que se cumple con todas las funciones de la palabra como: enunciativa o expositiva, descriptiva, narrativa, expresiva, argumentativa y programática.



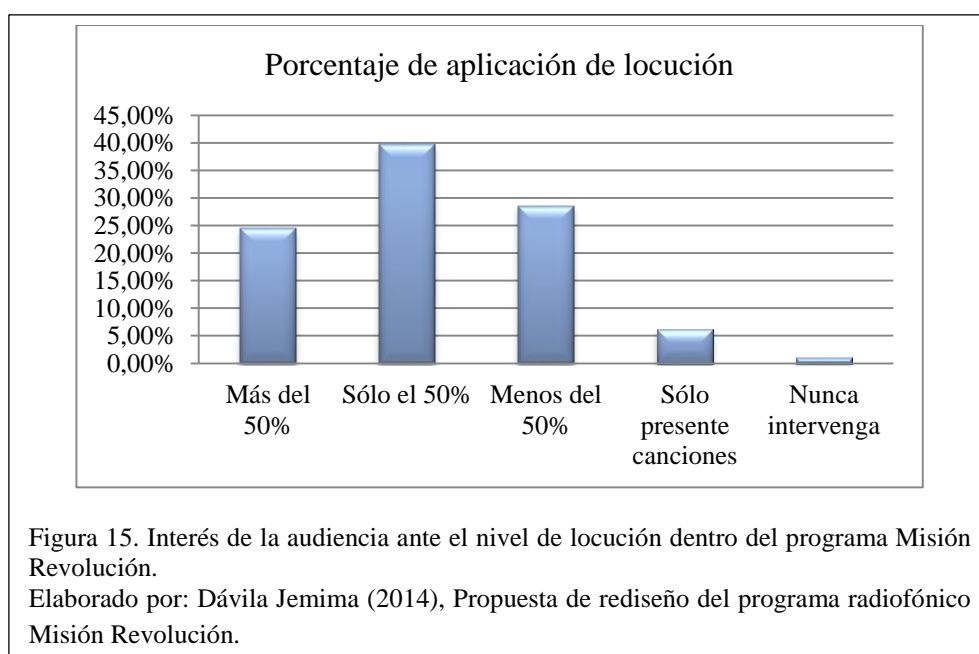
La forma de identificar Misión Revolución tiene tres variantes, efectos especiales, estilo musical y estilo de locución. Pero con porcentaje de 70, 83%, se identifica por estilo de locución.

Tabla 19. Promedio de reconocimiento según información y entretenimiento.

Segmentos	Nivel	Respuesta	Porcentaje
Tema Tratado	1.	46	64,79%
Música	1.	42	59,15%
Mensajes	1.	40	56,34%
Entrevistas	1.	28	39,44%
Publicidad	3.	34	47,89%
Saludos	3.	27	38,03%

Elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución

Los datos anteriores se unen al interés en cuanto a la programación, es decir se reconoce el programa por el estilo de locución y se combina con la apreciación del segmento del tema central con un porcentaje del 64,79%. La proximidad entre la música y el tema tratado, es decir, el interés recae tanto en la información recibida como en el entretenimiento.

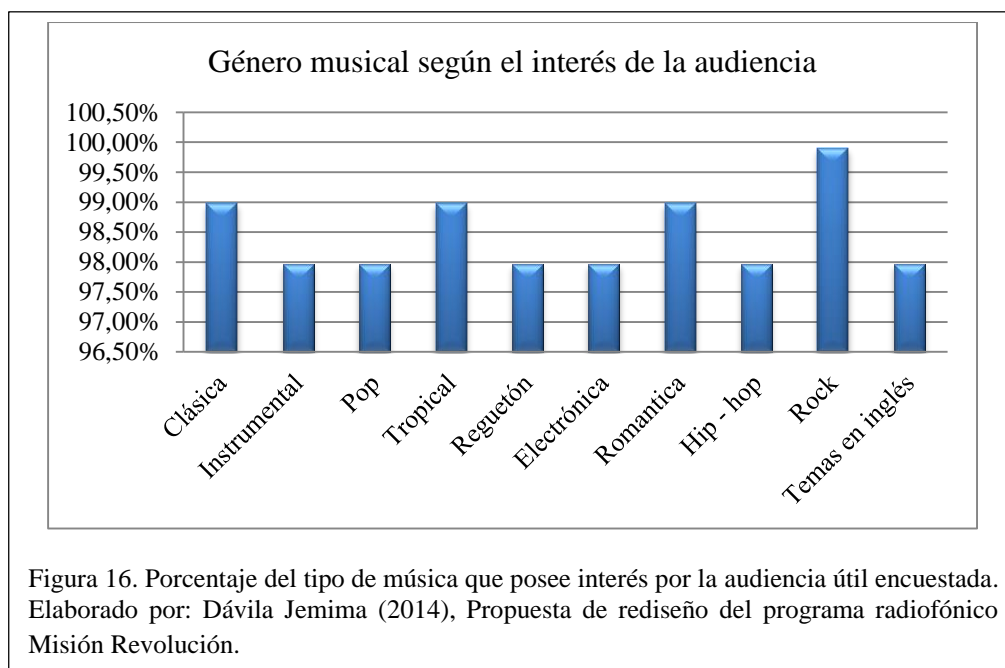


Es importante recordar que el uso de la palabra debe regirse al interés del oyente.

La intervención del locutor se espera “sólo el 50%” dentro de programas radiofónicos, según las encuestas realizadas con un porcentaje del 39,80%. Pero, se aplica también, una intervención del “menos del 50%”, debido a los resultados expuestos en un porcentaje del 28, 57%. Como se muestra en la figura

3.6.4. La música

Cumple su característica de referencial, expositiva u ornamental, en 4 segmentos constantes y en los tres variantes. La función narrativa, expresiva y programática, se fusionan con la palabra. Dentro de la función programática se utiliza: sintonía en el segmento de cierre o final; careta en el inicio o introducción y en ocasiones entre canciones del segmento de música; ráfaga para terminar y empezar un segmento; mención en el tema central, como cierre; y promocional, para ingresar al segmento de publicidad.



Dentro del análisis a las encuestas digitales aplicadas, los géneros musicales dentro de un programa de radio pueden variar entre clásica, tropical, romántica o rock, y en menor intensidad, entre instrumental, pop, reggaetón, electrónica, hip-hop o temas en inglés. En cuanto al resultado de las encuestas. Se posee un rango cercano entre ellos, como se muestra en el siguiente gráfico.

3.6.5. Efectos o sonidos

Los efectos o sonidos, se utiliza como distintivo dentro de las canciones, al inicio del programa o al final del programa, ya que es un aullido.

3.6.6. Pausas o silencios

Las pausas o silencios, se dan generalmente en la conclusión del tema central y en algunas ocasiones como baches de programación.

3.7. Connotación utilizada en emisiones analizadas

Cada tipo de programa posee un grupo de palabras o frases destinadas a la definición del proceso radiofónico. Según la connotación descrita en el marco teórico permite identificar las siguientes palabras y usos dentro del programa radiofónico. (Dávila, 2015, págs. 20-21)

Tabla 20. Connotación y denotación según el programa radiofónico.

Connotación	Denotación en el programa radiofónico Misión Revolución
Puente	Uso de efecto sonoro para pasar a otro segmento.
Colchón musical	Uso de las mismas canciones siempre en locución.
Créditos	Cierre de la locución con presentación de productor y colaboradores.
Sintonía	Identificación de la radio HCJB.
Indicativo	Identificación del programa radiofónico Misión Revolución.
Cuñas	Publicidad con música y locución propia.
Cortinilla (Ráfaga)	Separa segmentos como música y locución
Flash sonoro/Efecto (Golpes)	Efecto de sonido usado por la emisora para indicar la hora exacta.
Pausa	Usado en la locución del tema
Paso a Entradilla	Presentación de segmentos

Elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución

El frecuente uso de entradillas o cortinillas y puente, son parte del indicativo, debido al uso constante de efectos o sonidos propios del programa, permitiendo al radioescucha identificar con facilidad la emisora y posteriormente la emisión en que se encuentra la frecuencia del receptor.

El colchón musical se coloca desde la perspectiva del locutor, pero con la continuidad por canción. Al ser un acompañante de la voz, hace al mismo tiempo de identificación, debido a la concurrencia de uso de un solo tipo de canciones. Las cuñas son espacios impuestos por la radio como convenio de ubicación.

3.8. Funciones y características del discurso radiofónico del programa Misión Revolución

La narrativa utilizada proporciona al programa estrategias de comunicación para formular códigos que faciliten la recepción del mensaje. (Rincón, 2006, págs. 95-96)

El estudio de la muestra según el *Fan page* de Facebook y la aplicación a de la encuesta, han dado paso a la formulación de exigencias actuales del grupo focal, además de elementos que esperan percibir de la producción radiofónica.

Por lo que, el planteamiento de la propuesta de rediseño del programa radiofónico juvenil Misión Revolución, se basa en la selección detallada de elementos dados por la audiencia interesada. Por ende, asegurar la aplicación de la misma se detalló en los resultados de la encuesta aplicada.

Cada dimensión permite la constatación de la narrativa, útil para concatenar los objetivos del programa radiofónico, con las exigencias del público objetivo. Para esto se ha tomado en cuenta los parámetros planteados en el capítulo I, como: dimensión léxica, dimensión enunciativa, dimensión pragmática, dimensión estructural, dimensión estilística, dimensión retórica, nivel connotativo, construcción de paradigmas.

El estudio del lenguaje utilizado en radio responde a los postulados iniciales de la investigación.

Tabla 21. Matriz de dimensión narrativa del programa radiofónico Misión Revolución.

Dimensión de comprensión	Aplicación en programa radiofónico
Dimensión léxica	Locutor posee la capacidad de ejemplificar y hacer partícipe de al oyente del tema tratado.
Dimensión enunciativa	La explicación de comportamientos juveniles ante situaciones comunes y en contextos diferentes.
Dimensión pragmática	Dentro de la actividad juvenil el incentivo a tomar decisiones y ser responsable con las consecuencias.
Dimensión estructural	El orden de exposición del tema posee título, subtítulo y material adicional. Usando un esquema deductivo.
Dimensión estilística	Permanente uso de buzón de mensajes y darles la importancia necesaria a cada comentario del público, sobre el tema o problema que quiera resolver.
Dimensión retórica	Constante uso de palabras coloquiales, tonalidad según la frase pronunciada y pausas contantes en momentos oportunos.
Nivel connotativo	El empleo de testimonios de autores y personales, comentarios del público presente, musicalización y planteamiento de preguntas que conecten con el radioescucha.
Construcción de paradigmas	En la conclusión de cada tema, se plantea la necesidad de autoanálisis, pero siempre recae en la pertenencia a un propósito personal.

Elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución

Actualmente el programa se encuentra en recesión debido a exigencias del Ministerio de Trabajo, según los directores de la estación de radio HCJB. Por lo que, el director del programa acordó la entrega de la propuesta por parte de la siguiente investigación. Pero el estudio de la misma, será por parte de la radio como estudio interno de la misma.

CAPÍTULO 4

PROPUESTA DE REDISEÑO DEL PROGRAMA RADIOFÓNICO JUVENIL MISIÓN REVOLUCIÓN

La propuesta de rediseño se basa en la valoración e implementación de elementos útiles para el desarrollo del programa radiofónico, para esto se ha dividido en tres momentos. Primero, la valoración de elementos técnicos y discurso del programa radiofónico juvenil Misión Revolución, donde se presentará ajustes a la ficha técnica del programa, implementación de connotaciones según la Ley Orgánica de Comunicación y manejo del discurso.

Segundo, presentación de la propuesta de estructura del programa radiofónico juvenil Misión Revolución, desarrollando contenido, formatos, lenguaje radiofónico, uso del guión y escaleta.

Finalmente, la propuesta de comunicación organizacional para el programa radiofónico juvenil Misión Revolución, creyendo en la necesidad por mantener una identidad no sólo dentro de la radio como emisora, sino fuera de esta, en espacios alternativos como plataformas web.

4.1. Valoración de elementos técnicos y discurso del programa radiofónico juvenil Misión Revolución

4.1.1. Valoración de ficha técnica del programa

Según el análisis realizado se propone mantener características propias del programa, como: título, necesidad, objetivos, destinatario, periodicidad, talento humano, recursos técnicos, financiamiento y costos. En cuanto a género y formato se desarrolla la propuesta en el siguiente ítem.

Se propone el uso de la siguiente ficha técnica para el programa radiofónico Misión Revolución:

Tabla 22. Propuesta de ficha técnica para el programa radiofónico Misión Revolución

Ficha de propuesta para el programa radiofónico	
Título del programa	Misión Revolución
Necesidad	Conocer y amar a Jesucristo como Señor y Salvador
Destinatarios	Jóvenes de entre 15 a 25 años
Objetivos	Dar a conocer a Jesucristo como Señor y Salvador
Duración	120 minutos
Géneros y formatos	Charla expositiva , entrevista, foro
Periodicidad	Diario – lunes a sábado de 09h00 a 11h00
Talento humano	Un director locutor y productor, un operador, 2 locutores de apoyo
Recursos técnicos	Cabina de transmisión con 4 micrófonos
Financiamiento	Espacio físico y técnico provisto por la radio + Contraparte laboral voluntaria
Costos	Ofrendas voluntarias 40 USD. por programa

Elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución

Características como emisora, frecuencia y cobertura, dependen del diálogo y acuerdos a los que se puedan llegar. Por lo que, no constan en la propuesta actual. La audiencia se debe tomar en cuenta de acuerdo a la periodicidad con la que será transmitido. A manera de propuesta, el uso de factores de análisis tiene como resultado que, los días de trasmisión oportuna son de lunes a sábado, en horario de 09h00 a 11h00. Para alcanzar la población deseada de 15 a 25 años.

La población entendida en edades de 15 a 25 años, aspira un programa que tenga información variada dentro del desarrollo social, pero que se complemente en un 50% con música. Las actividades que realiza este tipo de población deben concentrarse en: primero en el uso de un receptor radiofónico. Segundo, identificación con la narrativa expositiva del programa. Tercero, intervenir en los temas tratados con libertad. Cuarto, ser activos, ideológicos y críticos. Quinto, desear escuchar bajo cualquier motivo, la descripción de Jesús y el conocimiento de la relación cristiana.

La frecuencia en que se escucha radio, depende del horario antes mencionado y de la comprensión del nivel de atención juvenil. Los datos varían entre 15 a 30 minutos, donde el locutor debe exponer la mayor cantidad de información, es decir, la idea principal del tema central debe ser una exposición nata en 30 minutos y el resto del tiempo debe variar entre frases, comentarios, exposiciones que aporten al mismo.

Además el estudio revela el mayor porcentaje en uso del receptor por el periodo de una hora, a lo que dos horas de programa son suficientes para el desarrollo de los objetivos del mismo. Esto último será el eje de la propuesta de rediseño radiofónico del programa juvenil Misión Revolución.

Otros beneficios de la programación y ejecución de la emisión radiofónica por menos tiempo que la establecida, colabora con la disminución de gastos y si se coloca en el horario estimado, representa un incremento de cuñas publicitarias, por ende, ingresos que benefician el desarrollo del contenido.

La cobertura: la característica geográfica del usuario, puede ser tanto dentro del país como fuera, por el acceso a plataformas en internet.

4.1.2. Elementos del discurso y aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación

Dentro de los elementos del discurso están las características del mismo, planteadas como dimensiones, entre estas léxica, enunciativa, pragmática, estructural, estilística, retórica, nivel connotativo y construcción de paradigmas.

Según el análisis la realización de cada dimensión es correcta, pero según la nueva propuesta de rediseño se plantea tener énfasis en dimensiones como léxica, enunciativa, pragmática y construcción de paradigmas. El objetivo es no desviar los objetivos del programa y mantener el grupo objetivo, donde el uso de dichas dimensiones provocará resultados como: inquietud, reflexión personal, motivación, conceptos y perspectivas diferentes y nuevos retos. Lo que permite cumplir con el propósito del programa.

En cuanto a la narrativa, la presencia del autor de la obra, en este caso el locutor. La primera referencia que posee el radioescucha es la voz, y eso hace que el programa radiofónico juvenil Misión Revolución tenga identidad. La voz del locutor por un periodo de tiempo, permite la ubicación del oyente tanto en situación como en contexto. Pero es importante recordar, no hacer uso exagerado de lo expuesto.

La capacidad de hacer uso de la narrativa debe integrar: ubicación de periodo, correspondiendo a la etapa en que se suscribe el relato o charla expositiva. Uso del movimiento, permitir al oyente transportarse según continúan los planteamientos del locutor. Nacionalidad, sentirse parte de un territorio simbólico donde se produce la narrativa. Y finalmente, la representación, el clímax del relato, donde se transmite la ideología permitiendo respuestas del receptor, como muestra de retroalimentación.

Todo lo mencionado en la narrativa necesita utilizarse en la nueva propuesta, con el único objetivo de promover una respuesta sobre la temática tratada en el oyente. Incentivando el aumento de usuarios interactivos, medianamente activos y menos pasivos.

Según la Ley Orgánica de Comunicación transmitir un programa entre el rango de 06h00 a 18h00 es de carácter familiar, por lo tanto tipo “A” (apto para todo público). Característica que se mantiene con la propuesta actual, al plantear la emisión del programa de lunes a sábado en horario de 09h00 a 11h00. El tipo de contenido se mantiene en informativo por el carácter expositivo, de opinión por la influencia de mensajes y comentarios, formativo /educativo por la transmisión de valores e identidad comunitaria y de entretenimiento por la música, entrevistas y material juvenil presentado.

Se incluye la publicidad, por la existencia de cuñas y menciones continuas. Además, debido al uso de entrevistas, crónicas, mesa redonda, opinión, reportajes y debates. La línea editorial se basa en la difusión de los valores y cumplimiento de su objetivo principal, dar a conocer a Jesucristo como Señor y Salvador. Lo que se amplía en la propuesta de código deontológico detallada a continuación:

4.1.3. Código deontológico del programa radiofónico Misión Revolución

Propuesta:

Art. 1.- El programa radiofónico Misión Revolución es una emisión realizada por el director y colaboradores en la frecuencia donde se establezca acuerdos laborales. El programa genera y difunde únicamente contenido juvenil basado en experiencias inherentes, valores y fe cristiana.

Art. 2.- Misión: dar a conocer a Jesucristo como Señor y Salvador, presentándolo en la cotidianidad juvenil.

Art. 3.- Visión: conocer y amar a Jesucristo como Señor y Salvador mediante el uso continuo de mandamientos y consejos que la biblia puede proveer, para alcanzar a la juventud desde la cercanía de la relación cristiana y su vida diaria.

Art. 4.- Derechos: las y los colaboradores del programa radiofónico Misión Revolución gozan de los derechos consagrados en la Ley Orgánica de Comunicación, particularmente los mencionados en los artículos: 39, 40 y 41, con excepción de aquellos en los que la realidad, carácter y naturaleza del programa no permita su viabilidad.

Art. 5.- La comunicación y el periodismo son actividades profesionales que buscan proporcionar contenidos útiles, objetivos y veraces a la juventud, para posibilitar el entendimiento de su entorno.

Art. 8.- El programa radiofónico Misión Revolución se adscribe y proporciona su código deontológico con base a las normas y principios señalados en la Ley Orgánica de Comunicación y su Reglamento General, a los códigos internacionales de principios deontológicos del periodismo y a las propuestas emitidas por federaciones periodísticas integralmente conformadas del Ecuador.

Art 9.- Los y las colaboradoras del programa radiofónico Misión Revolución deberán practicar irrefutablemente en cada una de sus acciones y trabajo comunicacional las siguientes disposiciones:

a. En el respeto a la condición humana:

- Respetar los derechos consagrados por la Constitución a la honra y reputación de las personas.
- No emitir criterios o contenidos que puedan entenderse como discriminatorios en cualquier forma o dimensión posible.
- Promover contenidos que aporten al fortalecimiento de los valores, los derechos, la unión y la superación de los prejuicios sociales.
- No emplear palabras o producción musical en los que se explote la desgracia humana o se promueva conductas negativas que puedan ser replicadas por niños, niñas y adolescentes.

b. Del trabajo a realizar:

- Los y las colaboradores del programa radiofónico Misión Revolución deberán diferenciar y aplicar la separación entre información y opiniones vertidas sobre un tema.
- Acceder a la información mediante recursos lícitos y permitidos por los marcos legales correspondientes.
- Aplicar los procedimientos pertinentes para la investigación, verificación, contextualización y contrastación de la información proporcionada a los oyentes, respetando los derechos de autor.

- Proveer de variedad y equilibrio de fuentes en la composición del trabajo periodístico, respondiendo a la búsqueda de contraste de la información, con contenidos útiles que le permitan conocer y entender la realidad social a los oyentes.
- No manipular en ninguna forma posible la información adquirida sobre los temas que estén bajo tratamiento periodístico.
- Prescindir de manejo y exposición de estilo sensacionalista sobre los temas que se manejan para las emisiones del programa radiofónico Misión Revolución.
- Promover contenidos que busquen la inclusión de los grupos de atención prioritaria y que fomenten la igualdad social, la interculturalidad y la pluriculturalidad.
- Se cuidará la exactitud y rigurosidad idiomática, considerando que el principal instrumento del periodista es el lenguaje.
- Se mantendrá relación entre los contenidos y la política editorial y planificación del programa radiofónico Misión Revolución.
- No se aceptarán favores, privilegios o beneficios; tangibles o intangibles, que traten de persuadir a las y los colaboradores para el tratamiento de un tema o asunto específico.
- Denunciar casos de injusticia, corrupción, abuso de poder, inequidad o cualquier otra situación en la que se vulneren los derechos de las personas o se afecte, directa o indirectamente, el bienestar de la sociedad o el cumplimiento de la Ley y sus procesos.
- En el caso en que alguna persona, entidad, colectivo u organización sienta que sus derechos hayan sido violentados por algún tipo de omisión a la Ley y

a este código, podrá realizar las acciones pertinentes para su reclamo mediante el proceso indicado en los artículos 23 y 24 de la Ley Orgánica de Comunicación y en el artículo 9 y 34 del Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación o a las Instituciones pertinentes mencionadas en dicha Ley.

4.2. Propuesta de estructura del programa radiofónico juvenil Misión Revolución.

4.2.1. Contenido del programa radiofónico: segmento, formato y estructura

El contenido como segmentos, se han analizado desde el programa y desde la percepción del grupo focal, determinando variantes útiles para la propuesta.

Se plantea en la propuesta de estructura, mantener los equivalentes: 25% interlocución del tema central, 50% música, 17% interlocución en segmentos como entrevistas, comentarios, llamadas al aire, mensajes; 5% identidad del programa, 2% publicidad.

En concordancia con los porcentajes expuestos, se plantea la siguiente tabla:

Tabla 23. Propuesta de segmentos según tiempo de producción

Segmento	Característica	Minutos	Porcentaje
Interlocución del tema	Locución	30 minutos	25%
Entrevistas, mensajes, opinión, mesa redonda.	Locución	20 minutos	16,66%
Identidad del programa	Pre- producción	8 minutos	6,66%
Publicidad	Pre- producción	2 minutos	1,66%
Música	Producción musical	50 minutos	41.66%
Enlace musical	Intervención oyentes	10 minutos	8,33%
Producción radiofónica total		120 minutos	99,97%

Elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución

Actualmente, se usaba un total de 180 minutos, donde 83 minutos en locución representa el 46%. En música se invierten 76 minutos, equivalente a 42%. En segmentos se invertía un total de 17 minutos siendo el 9%. Finalmente en identidad del programa 3 minutos, es decir 2% y en publicidad menos del 1%. (Dávila, 2015, pág. 62)

Si se hace uso de la propuesta se cumple con la característica anterior, sobre mantener la atención del oyente a la idea principal del tema tratado en un periodo de 30 minutos.

Se plantea mantener segmentos continuos de la estructura analizada, como:

- Tema central: con un periodo de tiempo de 30 minutos distribuidos a lo largo de la programación. Recordando lo detallado acerca de la narrativa y dimensiones del discurso.
- Música: con un periodo de tiempo de 60 minutos distribuidos a lo largo de la programación. Acorde con los intereses del público objetivo.
- Mensajes y comentarios: en un periodo de 18 minutos distribuidos y divididos con nuevos segmentos. Permitiendo la interactividad con el oyente y la retroalimentación sobre el tema expuesto, por ende, se debe incentivar a la aportación personal sobre el mismo.

Se plantea continuar con la aplicación constante de cortinas, entradillas e indicativos propios del programa, dándole identidad al mismo, en un lapso de 6 minutos distribuidos alrededor de la programación.

El espacio publicitario debe presentarse en formato de cuña, lo que permite mejor manejo y planificación de programación. Dividiendo dicho espacio un total de 2 minutos. Espacio que puede ser variado e invertido en el desarrollo de los segmentos.

Este último planteamiento, permite la posibilidad abierta de manejar entrevistas, presentación de proyectos, material musical, entre otros.

En un tiempo adicional, es importante al menos realizar la planificación cada dos días del programa, para evitar malgasto de tiempo.

El contenido como géneros y formatos, se plantea como continuidad. Es decir, mantener la aplicación de los formatos utilizados e insertar tres adicionales, en segmentos como entrevistas y apreciación del oyente. Dentro de los segmentos planteados son:

- Tema central: el formato aplicado y que debe continuar es la charla, como el discurso o monólogo, breve. Es expositiva, se difunden conocimientos a manera de explicación, menos radiofónica y pedagógica.
- Música: el género varía entre clásica, tropical, romántica o rock, pop, reggaetón, electrónica, hip-hop. Según el resultado del análisis.
- Mensajes: el formato aplicado es comentario, permitiendo el análisis y opinión del tema tratado, decodificado por el oyente.
- Entrevistas: el formato utilizado es el diálogo, dando paso al dinamismo y la didáctica, así como participación del público. Pero dentro de este segmento, se plantea la aplicación de dos formatos sistemáticos.

El primero es la entrevista informativa, dejando claras las preguntas y respuestas, a fin de obtener información precisa. Y el segundo, es la entrevista indagatoria, comprendida para casos de aporte al tema tratado, con un interrogatorio a persona relacionada de manera directa.

- Segmento adicional: uso de formato mesa redonda, donde se puede debatir un tema con el público objetivo, invitados y oyentes. Con un hilo conductor.

4.2.2. Lenguaje radiofónico: elementos y estructura

Según lo revisado dentro del marco teórico, el monitoreo de las emisiones y la sistematización de las encuestas, se propone que:

La palabra: es considerado uno de los ejes importantes del programa radiofónico y según las encuestas realizadas, se espera el uso “sólo el 50%” dentro de programas. Por lo tanto se propone manejar las seis funciones con un estimativo de tiempo.

- Enunciativa o expositiva: los primeros 3 minutos de locución permitiendo el enlace con la audiencia. El inicio del programa.
- Programática: exposición del esquema o tema a tratar, comentando los ejes del mismo, (3 minutos). Planteamiento de preguntas.
- Descriptiva: detalle de contexto y planteamiento de problemas y posibles factores sociales, (4 minutos).
- Narrativa: relato del clímax del tema, en busca de soluciones dadas por los oyentes, con la síntesis de respuestas a preguntas planteadas, (4 minutos).
- Argumentativa: guiar las respuestas, comparando información entregada y buscando el razonamiento, (8 minutos). Interacción con el radioescucha, comunicación en vivo.
- Expresiva: recordar los objetivos como programa entre la explicación final del tema. Expresa los deseos y metas posibles, (3 minutos).
- Enunciativa o expositiva: en el final del programa. Agradecimientos, créditos e invitación para la siguiente edición. Uso de 3 minutos de locución.

- Los efectos o sonidos y las pausas o silencios: ambos cumplen con la característica narrativa y dinámica de la radio. El uso de diferentes distintivos proveen al programa de identidad, en este caso, juvenil.

Cada espacio de locución, se propone el uso considerado de pausa, entre la exposición de cada idea. Además continuar con el uso de colchón musical o fondo musical es parte del dinamismo a la narración y se propone continuar con canciones o instrumentales propios del programa.

En el caso de música y locución, el uso de cortinillas (ráfaga) propia del programa, puede hacer la función gramatical de coma, dos puntos o punto seguido dentro de la locución. Al inicio de cada segmento, se propone el uso de la entradilla para separar los segmentos.

Al inicio de presentación del programa y entrada, se propone mantener un solo estilo de indicativo, mismo que pueda exponerse al final de los primeros 60 minutos. Al final de la emisión, el uso de sintonía como una ráfaga sonora (musical) que recuerda la frecuencia radiofónica donde se desarrolla el programa. Es importante utilizar el flash sonoro como recordatorio horario del programa, este debe ser pregrabado.

El uso tanto de la careta como espacio sonoro, que indique el final del programa dando paso a los créditos; como del fundido, como enlace sonoro, se puede utilizar dentro del segmento de música y para la entrada de un nuevo segmento.

Dentro del espacio publicitario, como se menciona anteriormente, es necesario tener cuñas pre-producidas, permitiendo la programación de la emisión.

- La música: al igual que la palabra, sonidos y pausas, cumple diferentes funciones y para la propuesta, se han separado en dos grupos.
 - Música según la función programática: cumple con la función referencial, al momento de identificar el programa y servir de colchón musical. Permite que la función descriptiva de la misma, se

plantee desde tiempo y sintonía. Usada dentro de la locución, en la función expresiva, como narrativa intensificando los objetivos del tema.

- Música según su ubicación: cumple, especialmente, la función expresiva, dándole el tono juvenil que desea el programa radiofónico. Los géneros, como se menciona antes, pueden variar entre: tropical, romántica o rock, pop, reggaetón, electrónica, hip-hop. Cumpliendo al mismo tiempo la función referencial y descriptiva.

El uso de tres canciones de máximo 4 minutos de reproducción. En el caso de ser necesario, usar el fundido como alternativa de corte y paso.

4.2.3. Escaleta del programa: tipo de guión y estructura

El uso del guión libre como opción a entradas según el programa, permite una variedad continua pero no el uso exacto del tiempo, afectando a la identidad del programa.

Las tablas identifican primero el guión listado y seguido a este, la escaleta como propuesta sistematizada de rediseño del programa radiofónico juvenil Misión Revolución.

Tabla 24. Propuesta de guión listado para el programa radiofónico Misión Revolución. Parte 1.

Propuesta de guión listado para producción radiofónica					Tipo parcial	Tiempo total
Segmentos	Connotación	Lenguaje	Característica	Connotación adicional	0:00:00	0:00:00
Inicio	Sintonía	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:10	0:00:10
	Indicativo	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:10	0:00:20
	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	0:00:25
	Locución	Locución enunciativa	Locución	Colchón musical + cortinilla	0:04:00	0:04:25
Música	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	0:04:30
	Música	Música	Pre-producción (dos canciones)	Cortinilla	0:08:30	0:13:00
Tema	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	0:13:05
	Locución	Locución programática	Locución	Colchón musical + cortinilla	0:03:00	0:16:05
Música	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	0:16:10
	Música	Música	Pre-producción (dos canciones)	Cortinilla	0:10:00	0:26:10
Mensajes	Entradilla	Sonido	Pre-producción (contactos)	Fundido	0:00:05	0:26:15
	Locución	Locución programática	Locución (radioescucha)	Colchón musical + cortinilla	0:03:00	0:29:15
Música	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	0:29:20
	Música	Música	Pre-producción (una canción)	Cortinilla	0:05:00	0:34:20
Tema	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	0:34:25
	Locución	Locución descriptiva	Locución	Colchón musical + cortinilla	0:04:00	0:38:25
Música	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	0:38:30
	Música	Música	Pre-producción (una canción)	Cortinilla	0:05:00	0:43:30

Elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución

Tabla 25. Propuesta de guión listado para el programa radiofónico Misión Revolución. Parte 2.

Entrevista	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	0:43:35
	Locución	Locución entrevista / mesa redonda	Locución (invitados)	Colchón musical + cortinilla	0:07:00	0:50:35
Música	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	0:50:40
	Música	Música	Pre-producción (una canción)	Cortinilla	0:05:00	0:55:40
Hora	Indicativo	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:10	0:55:50
	Entradilla	Sonido	Pre-producción (hora)	flash sonoro	0:00:10	0:56:00
Publicidad	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	0:56:05
	Cuña publicitaria	Sonido (entrada y salida de espacio)	Pre-producción	Fundido	0:01:00	0:57:05
Tema	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	0:57:10
	Locución	Locución narrativa	Locución	Colchón musical + cortinilla	0:04:00	1:01:10
Música	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	1:01:15
	Música	Música	Pre-producción (dos canciones)	Cortinilla	0:08:30	1:09:45
Mensajes	Entradilla	Sonido	Pre-producción (contactos)	Fundido	0:00:05	1:09:50
	Locución	Locución programática	Locución (radioescucha)	Colchón musical + cortinilla	0:03:00	1:12:50
Música	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	1:12:55
	Música	Música	Pre-producción (dos canciones)	Cortinilla	0:08:30	1:21:25
Tema	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	1:21:30
	Locución	Locución argumentativa	Locución (radioescucha)	Colchón musical + cortinilla	0:04:00	1:25:30

Elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución

Tabla 26. Propuesta de guión listado para el programa radiofónico Misión Revolución. Parte 3.

Música	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	1:25:35
	Música	Música	Pre-producción (una canción)	Cortinilla	0:05:00	1:30:35
Publicidad	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	1:30:40
	Cuña publicitaria	Sonido (entrada y salida de espacio)	Pre-producción	Fundido	0:01:00	1:31:40
Entrevista	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	1:31:45
	Locución	Locución entrevista / mesa redonda	Locución (invitados)	Colchón musical + cortinilla	0:07:00	1:38:45
Música	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	1:38:50
	Música	Música	Pre-producción (una canción)	Cortinilla	0:05:00	1:43:50
Tema	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	1:43:55
	Locución	Locución expresiva	Locución	Colchón musical + cortinilla	0:03:00	1:46:55
Música	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	1:47:00
	Música	Música	Pre-producción (dos canciones)	Cortinilla	0:10:00	1:57:00
Cierre	Entradilla	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:05	1:57:05
	Locución	Locución enunciativa créditos	Locución	Colchón musical + cortinilla	0:03:00	2:00:05
Identificación	Sintonía	Sonido	Pre-producción	Fundido	0:00:10	2:00:15

Elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución

De esta forma se plantea el uso de un guión de listado, como una guía de programación, donde cada segmento tenga una estructura y tanto entradas, salidas, identificadores y hora sea pregrabado y listo para usarse. Dentro del guión se detalla de manera completa el uso y aplicación del lenguaje radiofónico, connotaciones para programación, tiempo de uso y guía de ubicación de segmentos.

Tabla 27. Propuesta de escaleta para programa radiofónico Misión Revolución.

Propuesta de escaleta		Tipo parcial	Tiempo total
Segmentos	Connotación	0:00:00	0:00:00
Inicio	Sintonía	0:00:10	0:00:10
	Indicativo	0:00:10	0:00:20
	Entradilla	0:00:05	0:00:25
	Locución	0:04:00	0:04:25
Música	Entradilla	0:00:05	0:04:30
	Música	0:08:30	0:13:00
Tema	Entradilla	0:00:05	0:13:05
	Locución	0:03:00	0:16:05
Música	Entradilla	0:00:05	0:16:10
	Música	0:10:00	0:26:10
Mensajes	Entradilla	0:00:05	0:26:15
	Locución	0:03:00	0:29:15
Música	Entradilla	0:00:05	0:29:20
	Música	0:05:00	0:34:20
Tema	Entradilla	0:00:05	0:34:25
	Locución	0:04:00	0:38:25
Música	Entradilla	0:00:05	0:38:30
	Música	0:05:00	0:43:30
Entrevista	Entradilla	0:00:05	0:43:35
	Locución	0:07:00	0:50:35
Música	Entradilla	0:00:05	0:50:40
	Música	0:05:00	0:55:40
Hora	Indicativo	0:00:10	0:55:50
	Entradilla	0:00:10	0:56:00
Publicidad	Entradilla	0:00:05	0:56:05
	Cuña publicitaria	0:01:00	0:57:05
Tema	Entradilla	0:00:05	0:57:10
	Locución	0:04:00	1:01:10
Música	Entradilla	0:00:05	1:01:15
	Música	0:08:30	1:09:45

Mensajes	Entradilla	0:00:05	1:09:50
	Locución	0:03:00	1:12:50
Música	Entradilla	0:00:05	1:12:55
	Música	0:08:30	1:21:25
Tema	Entradilla	0:00:05	1:21:30
	Locución	0:04:00	1:25:30
Música	Entradilla	0:00:05	1:25:35
	Música	0:05:00	1:30:35
Publicidad	Entradilla	0:00:05	1:30:40
	Cuña publicitaria	0:01:00	1:31:40
Entrevista	Entradilla	0:00:05	1:31:45
	Locución	0:07:00	1:38:45
Música	Entradilla	0:00:05	1:38:50
	Música	0:05:00	1:43:50
Tema	Entradilla	0:00:05	1:43:55
	Locución	0:03:00	1:46:55
Música	Entradilla	0:00:05	1:47:00
	Música	0:10:00	1:57:00
Cierre	Entradilla	0:00:05	1:57:05
	Locución	0:03:00	2:00:05
Identificación	Sintonía	0:00:10	2:00:15

Elaborado por: Dávila Jemima (2014), Propuesta de rediseño del programa radiofónico Misión Revolución

La propuesta de escaleta es una mirada general de uso diario en cada emisión del programa. La propuesta de la siguiente escaleta es el uso del guión a manera rápida. Se plantea rediseñar la misma con la presencia de nuevos segmentos, para lo que se propone planificar cada dos días (mencionado anteriormente) el programa radiofónico.

4.3. Propuesta de comunicación organizacional para el programa radiofónico juvenil Misión Revolución

El uso de la comunicación organizacional permite prever temas de identidad y solventar falencias ligadas a la estructura del programa radiofónico. Para detallar temas de logo, identificación, misión y visión, objetivos.

Según la información dada verbalmente, se plantea la siguiente estructura. Con el lema “porque la revolución empieza en el corazón”, Misión Revolución se define como un programa de educación cristiana, enfocado en valores y convivencia juvenil.

- Misión: dar a conocer a Jesucristo como Señor y Salvador, para mejorar la calidad de vida y guiar las decisiones dentro de esta, en jóvenes.
- Visión: conocer y amar a Jesucristo como Señor y Salvador mediante el uso continuo de mandamientos y consejos que la biblia puede proveer, para alcanzar a la juventud desde la cercanía de la relación cristiana y su vida diaria.
- Objetivo general:
 - a. Dar a conocer a Jesucristo como Señor y Salvador mediante el uso del espacio radiofónico Misión Revolución, como un programa de acceso libre.
- Objetivo específico
 - a. Investigar problemas comunes en la vida de los jóvenes, sistematizando las causas y efectos, para proveer de temas de interés.
 - b. Analizar la comparación entre problemas y temas a tratar en el programa radiofónico, para mantener una estructura continua.
 - c. Plantear mediante una guía de esquema radial, los temas a tratar, para proveer de información y narración convergente.
 - d. Resumir los temas y publicarlos en la página web del programa radiofónico.

Los elementos mencionados, son parte de la explicación del productor del programa radiofónico. En este caso, se plantea ubicar la información dentro de la página web www.misionrevolucion.com, a fin de permitir la identificación del programa y su mayor conocimiento en el medio de comunicación.

Como se mencionó en el marco teórico (Dávila, 2015, págs. 24-25), el uso de la convergencia hace del internet una alternativa rápida y fácil de expansión ideológica. Permitiendo al programa radiofónico posicionarse en diferentes espacios sociales, fomentando el uso del *fan page* de Facebook con hipervínculos que conecten con la página matriz. Proveyendo de información sobre temas tratados en las emisiones y temas alternativos, como cultura, salud, deporte o entretenimiento, incentivando la interacción del usuario que consume radio.

De esta forma, la plataforma web funciona como radio a la carta, al tener variedad de temas escritos o en audio y como repositorio sonoro, al permitir la múltiple elección de información y entretenimiento.

Se plantea además la implementación de un dispositivo que sirva de soporte de grabación por emisión, como un *Compact Disc* o CD. En formato MP3, para su fácil reproducción y distribución, si fuera necesario.

4.4. Valoración y aplicación de la propuesta de rediseño del esquema del programa radiofónico juvenil Misión Revolución.

La propuesta de rediseño del esquema del programa radiofónico Misión Revolución, tiene una vida útil de cinco años como máximo, y una duración estimada de seis meses, es decir, se necesita el estudio al menos dos veces al año de la estructura para no tener constante repetición o programas pilotos continuos.

Los indicadores de resultados alcanzados cuantitativos y cualitativos se valoraron a lo largo del desarrollo de la investigación, planteando que el grupo focal de 5 personas, mencionado en el plan del presente proyecto, se tomó en cuenta como los directores y realizadores del programa, mismos que poseen características óptimas

para aplicación como situación geográfica en Quito, edad aproximada entre 20 a 35 años y capacidad psicológica – conductual dentro del cristianismo como estilo continuo de vida.

La evaluación de los resultados pasó por la aceptación de la propuesta, pero el monitoreo de la misma para su aplicación, se basa como se mencionó en el plan del proyecto, en la evaluación y análisis interno de la radio HCJB.

La valoración de resultados se dio al brindar mediante el producto, herramientas de estructuración del programa radial juvenil Misión Revolución de la HCJB.

CONCLUSIONES

La propuesta de rediseño del programa radiofónico juvenil Misión Revolución se ha construido desde el estudio teórico tanto de la Escuela de Birmingham como Latinoamericana, a pesar de existir críticas de esta última hacia los postulados estructuralistas sobre la comunicación. Esto ha permitido que la investigación tenga sustentabilidad al momento de entender las estrategias de comunicación internas del programa, como una estructura que depende de todos los elementos, así como del discurso emitido. En esta perspectiva el estudio de audiencia es necesario para analizar los intereses hacia los que se debe dirigir el proceso de comunicación estructural.

Para responder la pregunta planteada en la introducción del presente trabajo, se describirán elementos que deben usarse en el proceso de producción del programa radiofónico.

Una vez realizado el análisis según esa perspectiva, la sistematización del lenguaje radiofónico y elementos de la narración del programa dependieron de la perspectiva de la Escuela Latinoamericana. El estudio realizado tiene dos resultados conceptuales que concluyen. Primero, el uso de la palabra radial, como inicio la investigación, se cambió por radiofónico al ser equívoca la utilización de connotación de procesos científicos al tener definiciones dentro de comunicación. Segunda, los sonidos utilizados dentro de la producción radiofónica como identidad o narrativos son parte del lenguaje radiofónico al ser elaborados, sin necesidad de nombrarlos como ruidos, ya que no estorban o molestan la emisión o recepción del mensaje. La importancia del uso apropiado de connotaciones enlaza el proceso de codificación y decodificación con el radioescucha.

El manejo de lineamientos narrativos al momento de explicar el tema en el programa radiofónico habilita los canales de recepción de la audiencia, permite un acercamiento hacia el mensaje y la comprensión del mismo. Incluyendo a esto, la propuesta de mantener el programa radiofónico Misión Revolución como una

producción de 50% locución, 50% música y entretenimiento, esto obtenido de la sistematización realizada a la opinión de la audiencia.

Los elementos radiofónicos como palabra, música, sonido y pausa provee al programa la dinámica que se propone como identidad del programa. Elementos que según su uso, la actual Ley Orgánica de Comunicación define como necesarios para producir programas de información, entretenimiento, opinión, educativos y publicitarios, como se propone formular la estructura de Misión Revolución.

La utilización de comunicación organizacional permite que la identidad del programa radiofónico juvenil Misión Revolución se posicione dentro de los procesos continuos d comunicación de la audiencia a la que se dirige el contenido. Incrementando el uso de redes sociales y plataformas web como canales de interactividad social y dinamismo mediático, ya que el radioescucha no depende solo del día de transmisión, sino de la actividad constante.

El margen de audiencia se establece entre 18 a 24 años de edad y establecida la necesidad de llegar al rango de 15 a 30 años se plantea el cambio de horario del programa y el tiempo de emisión del mismo. El primero de lunes a sábado de 09h00 a 11h00, respondiendo a estadísticas sobre la alta recepción del radioescucha en ese rango de tiempo. El segundo usando un total de dos horas para la emisión, donde se haga uso de 30 minutos para exponer la idea principal del tema tratado, logrando usar el periodo de atención activa de la audiencia.

La aplicación de guión y escaleta provee de estructura al programa al momento de transmitir el mensaje. El guión listado es la guía de uso del lenguaje radiofónico comprendido entre el productor, locutor(es) y operador técnico, su estructura es detallada y puede aplicarse al cabo de una semana de emisión. La escaleta es la guía rápida que provee los segmentos usados en la emisión, sirve de comprensión para los realizadores del programa y se puede aplicar una vez realizada la planificación del programa.

El rediseño de un programa radiofónico es la adaptación de elementos al contexto en que se desarrolla, por lo tanto, merece su estudio y valoración mínima cada años, tiempo planteado desde la mirada tecnológica aplicada en la sociedad.

LISTA DE REFERENCIAS

Alcoceba, J., & Mathieu, G. (2006). *Manual de buenas prácticas para el tratamiento de los jóvenes en los medios de comunicación*. (I. d. Juventud, Ed.)

Recuperado el 24 de 09 de 2014, de Guía elaborada a partir de un análisis de noticias de prensa, radio y T.V.:

http://xuventude.xunta.es/uploads/Manual_de_buenas_prcticas_para_el_tratamiento_de_los_jvenes_en_los_medios_de_comunicacin.pdf

Balsebre, A. (1994). *Capítulo II*. Recuperado el 04 de 12 de 2014, de El lenguaje radiofónico:

http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0CDEQFjAD&url=http%3A%2F%2Fperio.unlp.edu.ar%2Fradio1%2Flinkprincipal%2Fbibliografia%2Fbibliografiaenlaweb%2Farmandbalsebre.doc&ei=UCuBVPXIJoi3yATup4HABg&usg=AFQjCNFql_kQPWdHw_IPI6ElV1

Borja, J. (2006). *Guión Informativo para radio*. Recuperado el 29 de 09 de 2014, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/304/11/Tesis.pdf>

Dávila, J. (2015). Propuesta de rediseño para el programa radial juvenil Misión Revolución de la HCJB. *Trabajo de previo a la obtención de título*. Quito.

Definición.de. (2008). *Definición de rating - Qué es, Significado y Concepto*.

Recuperado el 30 de 11 de 2014, de

<http://definicion.de/rating/#ixzz3KbRGVA9p>

Díaz, J. (2013). *Análisis de la calidad de las páginas web de las principales cadenas de radio temáticas españolas: las nuevas estrategias para aumentar la participación de la audiencia*. Obtenido de

<file:///C:/Users/Movidawuio1/Downloads/An%C3%A1lisis%20de%20las%20p%C3%A1ginas%20WEB%20de%20las%20radios%20espa%C3%B1olas.pdf>

E-encuesta.com. (2006-2014). *Creador de encuestas digitales*. Obtenido de

<http://manager.e-encuesta.com/modifyTest?testId=754752>

- Gonçalves, C. M. (2004). *Escuela latinoamericana de comunicación y el pensamiento crítico de Antonio Pasquali*. Obtenido de <http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/viewFile/129/132>
- González, A. G. (2013). *De la radio interactiva a la radio transmedia: nuevas perspectivas para los profesionales del medio*. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-DeLaRadioInteractivaALaRadioTransmedia-4722032.pdf>
- Herrera, S. (2013). *El lenguaje radiofónico*. (U. C. Madrid, Ed.) Recuperado el 05 de 12 de 2014, de Radio Informativa: <http://ocw.uc3m.es/periodismo/radio-informativa-2013/material-de-clase-1/ocw-ri-tema1.pdf>
- Jiménez, S., & Cebrián, M. (2008). (Crujía, Ed.) Recuperado el 29 de 09 de 2014, de Buenos Aires: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1690-75152009000100011&script=sci_arttext
- Kaplún, M. (1999). *Producción de programas de radio*. (Ciespal, Ed.) Obtenido de El guón y la realización: <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/49893.pdf>
- Kaplún, M. (2008). *La radio: géneros, estructura y financiación*. (D. T. Acacias", Ed.) Obtenido de <https://tiscar.wikispaces.com/file/view/3.2radio.pdf>
- León, D. G. (2001 -2002). *Teorías e Investigación de la Comunicación en América Latina. Situación Actual*. Obtenido de <http://grupo.us.es/grehcco/ambitos07-08/duarte.pdf>
- López, J. I. (04 de 2005). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Recuperado el 10 de 12 de 2013, de Capítulo 3: El lenguaje radiofónico: http://www.radialistas.net/manual_urgente/ManualUrgenteRadialistas.pdf
- Mattelart, A., & Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, España: Paidós Ibérica S.A.
- Navarro, R. F. (23 de 01 de 2015). *La investigación de la comunicación en América Latina: Condiciones y perspectivas para el siglo XXI*. Obtenido de

http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/36_1999/105-132.pdf

Networks, F. (2001-2013). *Networks, Feedback*. Recuperado el 01 de 12 de 2014, de <http://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calcular.html>

Ortiz , M., & Volpini, F. (1995). *Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y formulas*. (P. Ibérica, Ed.) Recuperado el 02 de 01 de 2013, de http://www.avvcanillejas.org/docs/PROYECCION_DE_UN_PROGRAMA_DE_RADIO.pdf

Piñeiro, T., & Ramos, F. (03 de 2013). *El complejo salto de la radio convencional a la Webradio*. Recuperado el 29 de 09 de 2014, de <http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/10>

Ramos, J. (2008). *Proyecto*. Recuperado el 12 de 06 de 2014, de Producción de Programas Juveniles en solo tres pasos.

Rating MP, I. (2014). *Planificador y evaluador de radio*. Quito: MP - HCJB.

Red Social, F. (2014). *Estadísticas Web*. Quito: Facebook.

Rincón, O. (2006). *La narracion mediatica o como se encuentra la sociedad del entretenimiento*. (Gedisa, Ed.) Recuperado el 29 de 09 de 2014, de <http://www.scribd.com/doc/75488982/Rincon-Omar-Narrativas-mediaticas>

Soengas, X. (2005). *El discurso radiofónico. Particularidades de la narración sonora*. Recuperado el 29 de 09 de 2014, de Prisma.com: <http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/view/588>

SUPERCOM. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito, Ecuador: Registro Oficial Suplemento.

Torres , M., Paz, K., & Salazar, F. (s.f.). *Tamaño de una muestra para una investigación de mercado*. (F. d. Ingeniería, Ed.) Recuperado el 01 de 12 de 2014, de http://www.tec.url.edu.gt/boletin/URL_02_BAS02.pdf

Universidad Católica Argentina - UCA. (20 de 06 de 2007). *Teoría de la Comunicación - Escuela de Birmingham*. Recuperado el 02 de 01 de 2014, de Material de estudio y complemento didáctico para las cátedras de Teoría de la Comunicación Social: <http://teocoms.blogspot.com/2007/06/escuela-de-birmingham-la-escuela-de.html>

Wordpress. (21 de 04 de 2009). *Diccionario español*. Recuperado el 29 de 09 de 2014, de <http://mao9328.wordpress.com/2009/04/21/hello-world/>

Yaguana Romero, H., & Delgado López, W. (2014). *85 años de la radiodifusión en Ecuador* (Vol. 68). Quito, Ecuador: INTIYAN - CIESPAL.

ANEXOS

Anexo 1. Modelo de encuesta

1) Género:

Femenino

Masculino

2) Edad:

15 - 20 años

20 - 25 años

25 - 30 años

Más de 30 años

3) ¿Escucha radio?

Sí

No

4) ¿Qué emisoras escuchas más? (Enumerar según orden de importancia)

1.-

2.-

3.-

5) ¿Qué días y en qué horarios usted escucha radio?

	07h00 - 12h00	12h00 - 15h00	15h00 - 18h00	18h00 - 23h00
Lunes				
Martes				
Miércoles				
Jueves				
Viernes				
Sábado				
Domingo				

6) ¿Qué tipo de programa escucha? (Enumere por importancia, 1 mayor 5 menor)

	1	2	3	4	5
Noticia					
Deporte					
Entrevista					
Comedia					
Música					

7) En cuanto al locutor, ¿Le gusta que intervenga en el programa?

Más del 50%

Sólo el 50%

Menos del 50%

Sólo presente canciones

Nunca intervenga

8) ¿En qué sector de la ciudad vive?

Norte

Centro

Sur

Periférico

9) ¿Qué tipo de música le gusta? (Enumerar por importancia, 1 mayor - 10 menor)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Clásica										
Instrumental										
Pop										
Tropical										
Reggaetón										
Electrónica										
Romántica										
Hip - hop										
Rock										
Temas en inglés										

10) ¿Qué tipo de información le gustaría escuchar en radio? (Enumerar por importancia, 1 mayor - 7 menor)

	1	2	3	4	5	6	7
Variado							
Salud y sexualidad							
Comedia y humor							
Ciencia y tecnología							
Deporte							
Farándula							
Noticias							

11) ¿Qué es lo que más le agrada de un programa de radio? (Mencione desde mayor importancia a menor)

1.-

2.-

3.-

12) ¿Ha escuchado el programa radiofónico Misión Revolución?

Sí

No

13) ¿Cómo identificas el programa de Misión Revolución?

Efectos especiales

Estilo de música

Estilo de locución

- 14) ¿Qué es lo que más te gusta del programa de Misión Revolución?
(Enumera 1 mayor - 3 menor)

	1	2	3
Música			
Saludos			
Mensajes			
Publicidad			
Tema Tratado			
Entrevistas			

- 15) ¿Por cuál medio escuchas el programa Misión Revolución?

	Siempre	A veces	Nunca
Frecuencia radial 89,3 FM			
On-line www.radiohcyj.org			
Celular app (aplicación)			

- 16) ¿Cómo calificaría en el programa Misión Revolución:

	Excelente	Buena	Regular	Mala
Temas tratados?				
Lectura de mensajes de texto?				
Interacción con el público?				
Entrevistas?				
Acceso para opinar?				

- 17) ¿Por cuánto tiempo escuchas el programa de radio?

Menos de un mes

Más de un mes

Menos de un año

Más de un año

18) ¿Cuánto tiempo sintonizas el programa en el día de transmisión?

30 minutos

1 hora

1 hora - 30 minutos

2 horas

2 horas - 30 minutos

3 horas

19) ¿Por qué escuchas el programa Misión Revolución?

Música

Temas tratados

Pasatiempo

Premios - concursos

Salir al aire

20) ¿Has participado del programa? ¿sí o no y por qué?

Sí, ¿por qué?

No, ¿por qué?

Anexo 2. CD con audio para monitoreo mes de agosto. Ejemplar.